

جامعة الجزائر – بن يوسف بن خدة -

كلية الحقوق

حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية

مذكـرة التخـرج لنيـل شهـادة الماجستيـر

فـي القانـون الخـاص

إعداد الطالبـة:

كيموش نـوال

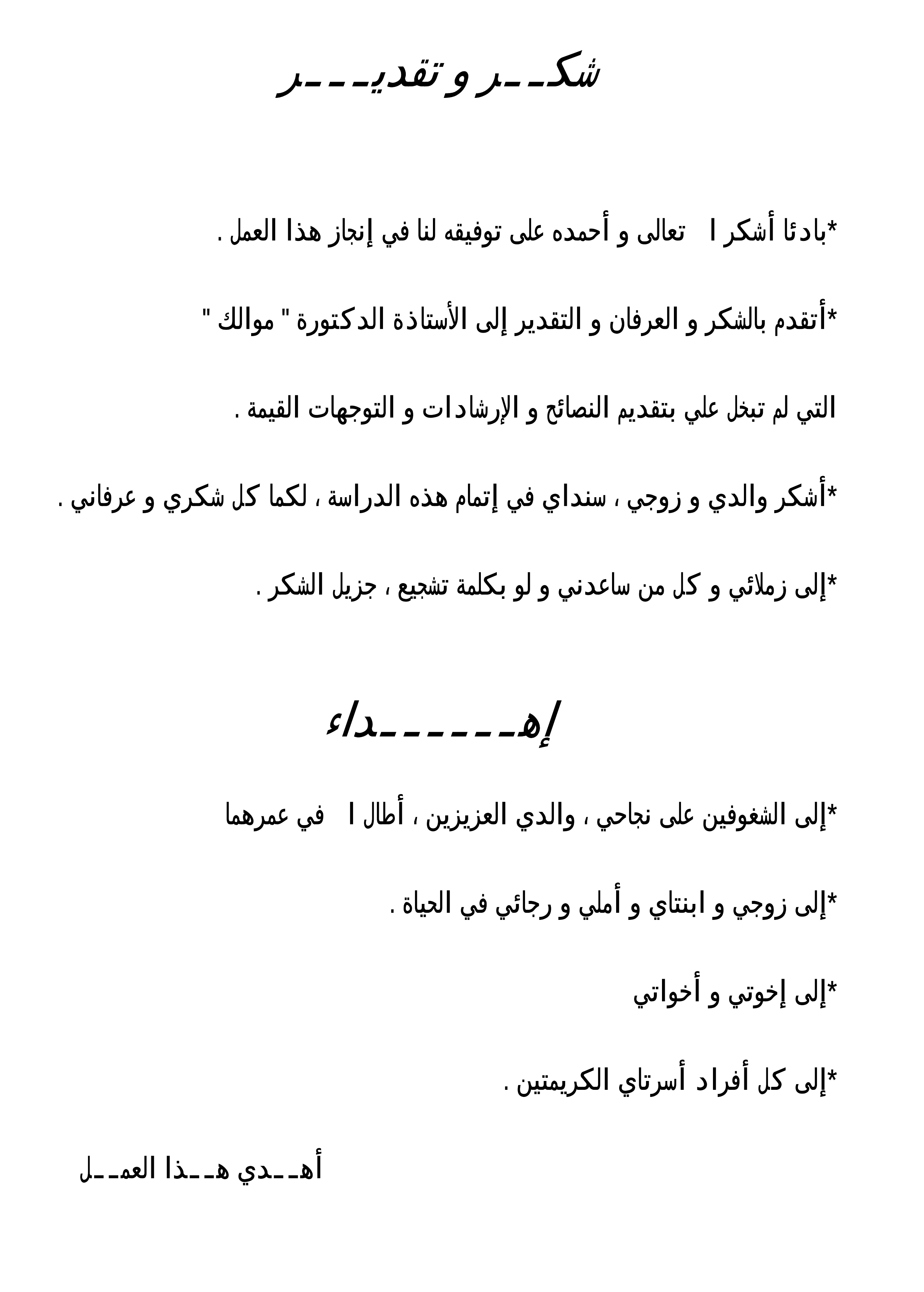
تحت إشـراف الدكتورة:

د/ب. مـوالـــك

لجنـــة المنـاقشـة

- الأستاذ (د) تومي أكلي .... رئيســا
- الأستاذ(ة) (د) ب/ موالك .... مشرفــا
- الأستاذ كريم عشوش .... عضــوا

السنـة الجامعيــة **2010/ 2011**



شكــر و تقديــــر

*بادئا أشكر ا تعالى و أحمده على توفيقه لنا في إنجاز هذا العمل .

*أتقدم بالشكر و العرفان و التقدير إلى الأستاذة الدكتورة " موالك "

التي لم تبخل علي بتقديم النصائح و الإرشادات و التوجهات القيمة .

*أشكر والدي و زوجي ، سنداي في إتمام هذه الدراسة ، لكما كل شكري و عرفاني .

*إلى زملائي و كل من ساعدني و لو بكلمة تشجيع ، جزيل الشكر .

إهـــــــداء

*إلى الشغوفين على نجاحي ، والدي العزيزين ، أطال ا في عمرهما

*إلى زوجي و ابنتاي و أملي و رجائي في الحياة .

*إلى إخوتي و أخواتي

*إلى كل أفراد أسرتاي الكريمتين .

أهــدي هــذا العمــل

مقـــــــــدمـــة

يعد موضوع حماية المستهلك من المواضيع التي يجب الاهتمام بها، وخاصة في الوقت الحاضر، باعتبار أن للاستهلاك دور أساسي في الحياة الاقتصادية، كما أن له تأثير على الحياة اليومية للشخص.

و تفرض العملية الاستهلاكية وجود نوع من الخلل في العلاقة بين المستهلك و المهني حيث أن هذا الأخير بما له من قوة اقتصادية، و بما لديه من وسائل،يهيمن على هذه العلاقة ، و قد يؤدي وجود هذه الهيمنة إلى تحالف الأعوان الاقتصاديين داخل السوق ضد مصالح المستهلك، عوض أن يتنافسوا أمامه مما ينتج عن ظهور بعض الجرائم التي تضر المستهلك بصفة خاصة ،و بالاقتصاد الوطني بصفة عامة، و عليه يقتضي الأمر التعرض إلى مفهوم طرفي هذه العلاقة.

أما عن تعريف المستهلك فقد انقسم الفقه بشأنه إلى فريقين، يأخذ أولهما بالمفهوم الضيق و هو الاتجاه السائد في الفقه و القضاء،و يرى جانب من أنصاره أنه يقصد بالمستهلك كل شخص يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروعه أو حرفته، و في نفس المعنى تم تعريف المستهلك بأنه ذلك الذي يستخدم المنتجات لإشباع حاجاته و حاجات من يعولهم من الأشخاص، و ليس لإعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق مهنته.

و في مجال تقديم الخدمات، فيتعلق الأمر بالمستفيدين منها في شكل أعمال على أموالهم المادية المملوكة لهم سلفا مثل أعمال الصيانة أو الإصلاح أو الخدمات التي يكون الشخص نفسه مستفيدا منها.

و يؤخذ من هذين التعريفين أنهما يضيفان كثيرا من مفهوم المستهلك[1]، حيث ينحصر المستهلكون في طائفة الأشخاص الطبيعية، دون الأشخاص المعنوية، كما

---

(1) العيد حداد – الحماية القانونية في ظل اقتصاد السوق – رسالة دكتوراه –كلية الحقوق – بن عكنون – السنة الجامعية 2003/2002 ص 38

أنها تصنف المستهلك على أنه شخص لا هم له سوى إتباع مصالحه الشخصية من مأكل و مشرب و ملبس، في حيث أن للشخص الطبيعي اهتمامات و أنشطة و عقود تدخل ضمن عمليات الإتباع المادي تعقد إيجار المسكن و عقد نقل البضائع،عقد تأمين الحياة و غيرها.

يعرف الأستاذ"Jean calais auloy" بأن المستهلكين هم الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون السلع و الأموال و الخدمات للاستعمال غير المهني.

أما المفهوم الواسع،فيتوجه فريق من الفقهاء إلى التوسع في المقصود بالمستهلك،حيث يشمل المصطلح لديهم كل من يبرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية.

و يهدف هؤلاء إلى مد نطاق الحماية القانونية إلى المهني حيث يقوم بإبرام تصرفات تخدم مهنته كما هو الحال بالنسبة للطبيب حيث يشتري المعدات الطبية ، أو التاجر حين يشتري أثاث معمله[1].

و فيما يخص التعريف القانوني للمستهلك فقد عرفه القانون رقم 09 – 03[2] المؤرخ في 25 فيفري 2009 و المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، و ذلك بموجب المادة الثالثة منه على أنه" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"، و ما يلاحظ أن المشروع يميل إلى الأخذ بالمفهوم الضيق.

---

(1)- العيد حداد-المرجع السابق - ص 41.

(2)- القانون رقم 09-03 – المؤرخ في 25 فيفري 2009 يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش- ج ر عدد 15 صادرة في 8 مارس 2009 .

و بالنسبة للطرف الثاني في هذه العلاقة، و هو المهني،فيرى الفقيه "Philippe le Tourneau"[1] بأن المصطلح المهني هو مصطلح نسبي، و هو عموما التاجر، و أحيانا لا يكون كذلك،أي أنه عضو ممارس لمهنة حرة مثلا و أحيانا يكون شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا.

و يرى البعض أن المهني هو الذي يتمتع بثلاثة عناصر من الأفضلية أو التفوق، المقدرة الفنية، حيث يكون قادرا بوجه خاص على معرفة العناصر المختلفة لمنتجاته أو الخدمة التي يقدمها.

كما يرى البعض بأنه من يتعاقد أثناء مباشرة حرفته المعتادة، سواء كانت هذه الحرفة تجارية أو ومهنية أو فنية أو صناعية أو زراعية أو حرة.

و يعتبر كذلك من المهنيين في رأي البعض الآخر الذين يمتلكون أو يحصلون أو يخزنون أو يستهلكون السلع أو يحصلون على الخدمات بغرض إدماجها في عمليات الإنتاج أو التحويل أو التسويق أو لتقديمها إلى الغير.

و يرى الدكتور "العيد حداد"[2] أنه يقصد بالمهني ذلك الشخص (الطبيعي أو المعنوي) الذي يباشر حرفة تجارية أو صناعية أو فنية أو مهنية أو حرة أو زراعية أو مدنية على وجه الاحتراف، و يتمكن من خلال ممارسته لها الحصول على السلع و الخدمات و تقديمها للجمهور بمقابل مادي بهدف الحصول على الربح، و قد يكون هذا الشخص منتجا أو موزعا أو تاجرا بالجملة أو تاجرا بالتجزئة، أو يتخذ شكل المشروع الفردي أو شكل الشركة أو المؤسسة التي تدخل في إطار القطاع الخاص أو القطاع العام.

---

(1)- Philippe le Tourneau droit de la responsabilité-Dalloz Action-1998- Loïc Cadiet- P498.

(2)- العيد حداد -المرجع السابق- ص 46

أما عن التعريف القانوني فلقد عرفت المادة الثانية من المرسوم التنفيـذي رقم 90-266[1] المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المحترف بأنه **" كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع و على العموم هو كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتوج أو الخدمة للاستهلاك "**.

كما عرفت المادة الثالثة من القانون رقم 04-02[2] الصادر في 23 جوان 2004 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية العون الاقتصادي بأنه**"كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها..."**.

فيمكن أن نستنبط من النصين أن المهني هو الشخص الذي يمارس نشاطا في إطار مهنته بصفة اعتيادية، و يشمل كل الأشخاص الذين يتدخلون في عملية الاستهلاك من طور الإنتاج و التوزيع إلى طور الاستهلاك[3].

و لأجل وضع توازن في العلاقة التي تربط المهني بالمستهلك، كان من الضروري أن تتدخل الدولة في تشريعها في كافة مراحل إنتاج و توزيع و تداول

---

(1)- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 1990/09/15 يتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات – ج ر عدد40 الصادرة في 1990/09/19.

(2)- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 2004/06/23 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية- ج ر عدد41 الصادرة في 2004/06/27.

(3)- د/حامق ذهبية – الالتزام بالإعلام في العقود- رسالة دكتوراه- كلية الحقوق-بن عكنون- السنة الجامعية 2010/2009 ص154 و 155.

و استهلاك السلع و الخدمات، لأجل ضمان سلامة المستهلكين، و درأ المخاطر التي تهددهم من جهة، و تحقيق النظام داخل السوق، و بذلك سعى المشروع منذ صدور القانون المدني إلى حماية المستهلك، و منها على سبيل المثال إمكانية تدخل القاضي لتعديل العقد، و إعفاء الطرف الضعيف من الشروط التعسفية في عقود الإذعان، إلا أن القوانين العامة لم تستطع توفير الحماية الكافية، لأن معظم المتعاقدين هم مستهلكون، و إقبالهم على أي منتوج أو خدمة يحتاج إلى حماية خاصة، و إن مجال الاستهلاك توسع بتطور الظروف الاقتصادية، و الاتجاه نحو الأخذ بنظام اقتصاد السوق، و تحرير التجارة،و الذي رغم ما صاحبه من إيجابيات من نمو اقتصادي، و ظهور حركة اقتصادية و توفر مناصب الشغل، إلا أنه تزامن مع ظهور أخطار محدقة بالمستهلك، حيث انتشرت المنتجات الوطنية و الأجنبية في السوق، و أصبح من الصعوبة السيطرة الكاملة على الغش في المنتوجات، و تسرب المنتوجات المهربة أو المستوردة بطرق غير قانونية، مما أدى إلى إصدار مجموعة من التشريعات، منها قانون 89-02 المتضمن للقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى ، و القانون المتعلق بالتقييس في نفس السنة، و كذا الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة، و الذي تم العمل به قرابة السبع سنوات،إلا أنه كان من الضروري تعديله، لأنه أصبح لا يحقق الحماية اللازمة للمستهلك، نظرا لاكتشاف بعض النقائص في محتوى نصوصه ترتبت عنها صعوبات في تطبيق بعض الأحكام،لاسيما تلك المتعلقة بحفظ السلع المحجوزة، و الغلق الإداري، و من جهة أخرى عدم وجود بعض القواعد المتعلقة بالممارسات التجارية غير النزيهة التي ظهرت بسبب تحرير الاقتصاد، و بهذا صدر قانون الممارسات التجارية محل دراساتنا و الذي تضمن قواعد تهدف إلى توفير أفضل الشروط التي تكفل المستهلك سلامة رضاه و حرية إرادته، و اختياره بمنأى عن تلاعب المنتجين و الموزعين بالسلع و أسعارها، و الحيلولة دون وقوعه ضحية التضليل أو الغش أو الاستغلال.

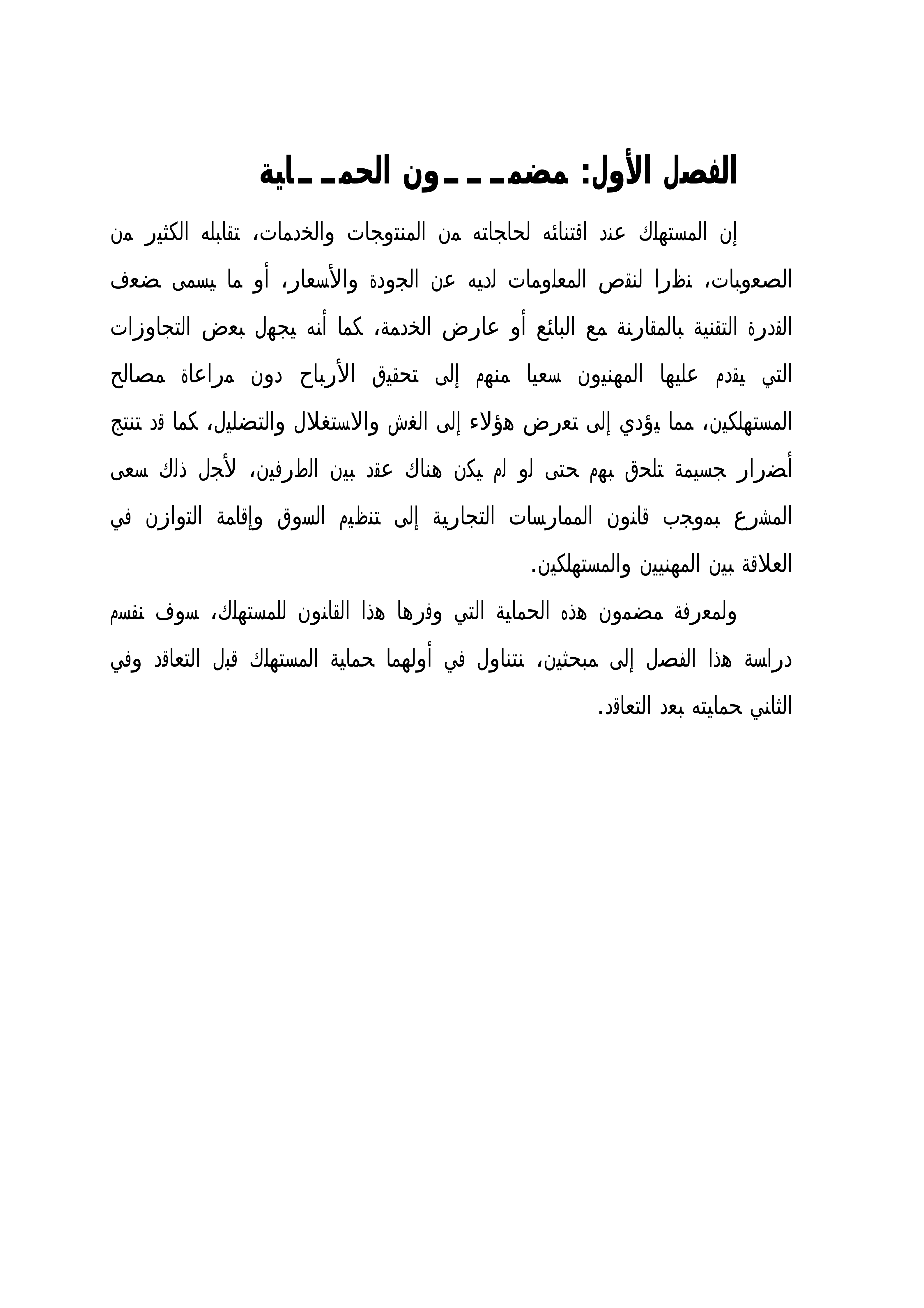
و تبدو أهمية موضوع دراستنا من عدة نواحي، منها أن موضوع حماية المستهلك يعد ترجمة فعلية لحقوق الإنسان، حيث أن الحرية لم تعد مجموعة نصوص و لا إعلانات، بل غدت مطلبا لكل إنسان و التزاما عاما لكل الدول، و لم تعد تنحصر لا في مجرد حريات سياسية و فكرية فقط بل امتدت لتشمل الحقوق الاقتصادية أيضا.

كما تبدو هذه الأهمية في أن هذه الحماية لا يختص بها قانون أو تشريع بعينه ، بل كانت و لا زالت تكفلها تشريعات متنوعة و متفرقة تنتمي إلى فروع القانون المختلفة في طبيعتها و موضوعها و المقاصد التي تسعى إلى تحقيقها، وهذا ما أدى إلى صعوبة استجماع النصوص و القوانين الخاصة بحماية المستهلك في إطار قانون خاص بالممارسات التجارية،نظرا لاتجاه الدولة إلى نظام اقتصاد السوق و الذي يؤدي إلى سيطرة القطاع الخاص و ظهور المهنيين ذوي النفوذ الذين يسعون إلى الربح السريع و ذلك بإغراق الأسواق بالسلع المغشوشة، و التعاقد مع المستهلكين دون علمهم بالمنتوج أو الخدمة ، و خضوعهم لشروط مجحفة يضعها هؤلاء و زيادة الأسعار و غيرها من الممارسات التي تضر المستهلك، لذلك فالإشكالية التي تطرح نفسها،ما هي الحماية التي أقرها قانون الممارسات التجارية للمستهلك ؟ و ما هي الجزاءات التي وفرها لأجل ضمان هذه الحماية ؟.

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج التحليلي الذي يقوم على جمع المعلومات والقواعد، واستخلاص أهم الأحكام المتعلقة بموضوع البحث ومدى اتفاقها مع القواعد العامة وذلك وفق خطة مكونة من فصلين ، نتناول في أولهما مضمون الحماية التي أقرها قانون الممارسات التجارية للمستهلك، وفي الثاني وسائل هذه الحماية.

و قد اشتمل البحث على بعض الأحكام والقرارات القضائية على سبيل المثال لتوضيح مدى مساهمة القضاء في تحقيق حماية المستهلك.


الفصل الأول
مضمون ا ماية



الفصل الأول: مضمـــون الحمــاية

إن المستهلك عند اقتنائه لحاجاته من المنتوجات والخدمات، تقابله الكثير من الصعوبات، نظرا لنقص المعلومات لديه عن الجودة والأسعار، أو ما يسمى ضعف القدرة التقنية بالمقارنة مع البائع أو عارض الخدمة، كما أنه يجهل بعض التجاوزات التي يقدم عليها المهنيون سعيا منهم إلى تحقيق الأرباح دون مراعاة مصالح المستهلكين، مما يؤدي إلى تعرض هؤلاء إلى الغش والاستغلال والتضليل، كما قد تنتج أضرار جسيمة تلحق بهم حتى لو لم يكن هناك عقد بين الطرفين، لأجل ذلك سعى المشرع بموجب قانون الممارسات التجارية إلى تنظيم السوق وإقامة التوازن في العلاقة بين المهنيين والمستهلكين.

ولمعرفة مضمون هذه الحماية التي وفرها هذا القانون للمستهلك، سوف نقسم دراسة هذا الفصل إلى مبحثين، نتناول في أولهما حماية المستهلك قبل التعاقد وفي الثاني حمايته بعد التعاقد.

المبحث الأول: حماية المستهلك قبل التعاقد

لقد أولى المشرع أهمية كبيرة لحماية المستهلك قبل أن يقبل على إبرام العقد المتضمن شراء منتوج أو طلب أداء خدمة من المهني، حيث نظم هذه الحماية في عدة نصوص تتضمن أحكاما تفصيلية لمختلف الممارسات التجارية، سواء كانت التزامات على عاتق المهني أو ممارسات محظورة عليه، وقد صنفها إلى شفافية الأسعار وهو مضمون (المطلب الأول)، حماية المستهلك من الممارسات غير الشرعية (المطلب الثاني)، حماية المستهلك من الممارسات التدليسية (المطلب الثالث)، حماية المستهلك من الممارسات غير النزيهة (المطلب الرابع).

المطلب الأول: حماية المستهلك في مجال شفافية الأسعار

تضمنت المواد 4 إلى 8 من الفصل الأول من الباب الأول لقانون الممارسات التجارية، التزاما يقع على عاتق المهني وهو ضرورة إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفـات وشروط البيع، ومن خلالها سوف نقسم دراسة هذا المطلب إلى الإعلام بالأسعـار (الفرع الأول)، الإعلام بالبيانات (الفرع الثاني)، الإعلام بشروط البيـع وحـدود المسؤولية (الفرع الثالث).

الفرع الأول: الإعلام بالأسعار

نظم المشرع الجزائري الإشهـار القانونـي للأسعـار لأول مـرة فـي القانـون رقم 89-12[1] الصادر في 5 يوليو 1989 المتعلق بالأسعار، وذلـك مـن خـلال المـادة 29 مـن البـاب الرابع المعنون بـ " القواعد المتعلقة بالممارسات التجاريـة "، وقد ألغي هذا القانون بموجب الأمر 95-06 [2] الصادر في 25 ينـايـر 1995 الـمتعلـق بالمنـافسـة،

---

[1] - القانون رقم 89-12 المؤرخ في 5-7-1989 يتعلق بالأسعار –ج ر عدد 29 الصادرة في 19-07-1989

[2] – الأمر 95-06 المؤرخ في 25-01-1995 يتعلق بالمنافسة –ج ر عدد 9 صادرة في 22-02-1995

وقد نص هذا الأخير في المادة 54 منه على أن إشهار الأسعار إجباري، وقد تم إلغاء الأمر 95-06 بموجب الأمر 03-03[1] الصادر في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة مع الإبقاء على العمل بصفة انتقالية بأحكام الأبواب الرابع والخامس والسادس منه، وبهذا أخرج المشرع الأحكام المتعلقة بالأسعار وإشهارها من النصوص المتعلقة بالمنافسة بغرض إفرادها بنص خاص، وبذلك صدر القانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المتعلق بالممارسات التجارية الذي نظم الإعلام بالأسعار في الفصل الأول المعنون بـ "الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع" والواقع في الباب الثاني تحت عنوان " شفافية الممارسات التجارية "، وذلك في المواد 4،5،6 و 8.

وتجدر الملاحظة أنه بالرجوع إلى نص المادة 53 من الأمر 95-06 الملغى، استعمل المشرع مصطلح " الإشهار" «**La publicité**»، في حين تضمنت المادة 4 من القانون 04-02 مصطلح "الإعلام" «**L'information**»، كما استبدل مصطلح "وجوبا" في نص المادة 4 من القانون 04-02 مكان مصطلح " إجباري " في المادة 53 من الأمر 95-06.

واعتمادا على النصوص سالفة الذكر، سوف نبين وسائل الإعلام بأسعار وتعريفات السلع والخدمات (أولا).

ونماذج عن الإعلام بأسعار بعض الخدمات في إطار بعض النصوص التنظيمية (ثانيا).

أولا: وسائل الإعلام بأسعار وتعريفات السلع والخدمات.

إن إشهار الأسعار التزام قانوني يقع على عاتق المهني، سواء كان منتجا أو بائعا بالجملة، أو بائعابالتجزئة، وهو إلتزام مقرر لصالح كل مشتر أو طالب خدمة، سواء لإعادة البيع أو للاستهلاك الشخصي[2] فإن كان المشرع قد أقر للمهني إمكانية

---

[1] - الأمر 03-03 المؤرخ في 19-07-2003 يتعلق بالمنافسة- ج ر عدد 43 صادرة في 20-07-2003

[2] - جدايني زكية- الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري – مذكرة ماجستير في قانون الأعمال- كلية الحقوق- بن عكنون- السنة الجامعية 2000-2001 ص 27.

تحديد الأسعار بصفة حرة، إلا أنه قد ألزمه بجانب ذلك بضرورة إشهارها[1] وهذا ما أقره القانون 04-02 في مادته الرابعة حيث اعتبر الإعلام بالأسعار شرطا ضروريا لتحقيق شفافية الممارسات التجارية، ومن ثم حماية المستهلك، فلا يكفي إعطاء معلومات لكل مستهلك على حدى، بل يجب أن يكون الجميع عالما بها قبل التعاقد، ودون اللجوء إلى البائع أو عارض الخدمة لمعرفة السعر الذي سيطلب دفعه[2]، كما أن الأسعار إذا كانت سرية، فإن المشتري أو طالب الخدمة لا يمكنه معرفة ما إذا كان ضحية للتمييزات التي يمكن أن يقوم بها البائع أو عارض الخدمة[3]، فكيف للمستهلك أن يختار السلعة أو الخدمة التي يحتاجها إذا كان يجهل سعرها[4].

وقد حددت المادة الخامسة من القانون 04-02 طرق الإعلام بالأسعار والتعريفات، وهي على التوالي وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة لإعلام المستهلك.

أ- العلامـات:

وهي " **كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها، الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره**" وهو مضمون المادة الثانية من الأمر 03-06 [5] المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، وتعتبر العلامة

---

(1) - لعجال لمياء- الحماية الفردية والجماعية للمستهلك- مذكرة ماجستير في قانون الأعمال- كلية الحقوق بن عكنون- السنة الجامعية- 2002-2003 ص 87.

(2) – Jean Calais Auloy-Frank Steinmetz-Droit de la consommation- Dalloz 5ème édition, 2000 p 56.

(3) - جدايني زكية- المرجع السابق ص 21.

(4) – د/دنوني هجيرة- قانون المنافسة وحماية المستهلك- المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية- الجزء 39-رقم 1 سنة 2000 ص 10.

(5) - الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19-07-2003 يتعلق بالعلامات- ج ر عدد 44 صادرة في 2003/07/23.

وسيلة يتمكن من خلالها المستهلك من معرفة السلع المعروضة في السوق وتميزها عن بعضها، وبهذا يتأتى له إجراء اختيار صائب، وهنا تظهر حماية المستهلك من الوقوع في الغلط.

ب- الوســـم :

تعرض القانون 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في مادته الثالثة إلى تعريف الوسم، حيث نصت على أنه "**كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها** ".

ما يلاحظ أن هذا القانون قد اكتفى فقط بتعريف الوسم، دون التفصيل في أحكامه، لذلك يجب علينا الرجوع إلى النصوص التنظيمية الخاصة، وعلى الأخص المرسوم التنفيذي رقم 05-484 [(1)] المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 [(2)] الصادر في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، والذي عرفه في المادة الثالثة منه بنصها "كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة، الذي يرفق بالمنتوج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع"، وقد جاء هذا المرسوم بأحكام صارمة تحمي المستهلك، من بينها ما جاءت به المادة الخامسة منه، والتي ألزمت أن تحرر بيانات

[(1)] - المرسوم التنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22-12-2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع غير الغذائية وعرضها- ج ر عدد 83 صادرة في 25-12-2005.

[(2)] - المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10-11-1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها ج ر عدد 50 صادرة في 21-11-1990.

الوسم بلغة سهلة الاستيعاب لدى المستهلكين، وكذا تسجيلها في مكان ظاهر بطريقة تجعلها مرئية وواضحة القراءة، ومتعذر محوها في الشروط العادية.

في نفس الإطار ألزم المرسوم أن يكون الوسم بطريقة لا يكون من شأنها أن تؤدي إلى إحداث لبس في أذهان المستهلكين.

ج- المعلقـة:

هي بطاقة تعلق ليتم من خلالها توضيح المنتوجات والخدمات المعروضة على جداول، وأسعار كل منها[1] .

وقد حدد المشرع هذه الوسائل على سبيل المثال لا الحصر، بدليل أنه مكن المهني من اختيار أي وسيلة مناسبة لتنفيذ التزامه.

أما فيما يتعلق بطريقة كتابة السعر، فقد ألزم المشرع في الفقرة الثانية من المادة الخامسة من القانون 04-02 بأن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية، أي أن تكون واضحة تسهل قراءتها بشكل لا يحدث لبسا أو شكا في سعرها بالنسبة للمستهلك، وهذا ما يمكنه من إجراء اختيار صائب بين السلع و المنتوجات المعروضة.

كما وضع المشرع على عاتق المهني بموجب نفس الفقرة إعداد ووزن أو كيل السلع المعروضة للبيع أمام المشتري، وفي حالة ما إذا كانت السلع مغلفة أو محدودة أو موزونة أو مكيلة، فيجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن، ومثال هذه الحالة السلع الغذائية الجاهزة التعبئة، وهي المخصصة للعرض على حالتها للمستهلك النهائي.

---

(1) – Yves Guyon-Droit des affaires-Tome 1- 9ème édition -1996 p 949.

ثانيا: نماذج عن إعلام المستهلك بأسعار بعض الخدمات.

طبقا للمادة 4/5 من القانون 04-02، ترك المشرع تحديد كيفيات الإعلام بالأسعار والتعريفات المطبقة في بعض قطاعات النشاط إلى التنظيم، وذلك عن طريق إصدار مراسيم من قبل رئيس الحكومة[1] بعد عرضها على مجلس الوزراء، واستشارة مجلس المنافسة، من بينها ما تم إصداره في مجالات النقل والخدمات الفندقية.

أ- في مجال النقل:

صدر المرسوم التنفيذي رقم 96-38[2] المؤرخ في 15 جانفي 1996 الذي يتضمن تعريفة نقل المسافرين، الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، والذي أشار في ديباجته إلى المرسوم التنفيذي رقم 96-31[3] الصادر في نفس التاريخ المتضمن تحديد أسعار بعض السلع والخدمات الإستراتيجية، وقد نص هذا المرسوم أنه توضع تحت تصرف الزبائن جداول عامة تحدد تعريفات النقل وإجراءات وكيفيات الاكتتاب لأنواع الاشتراكات الموضوعة تحت تصرفهم، وكذا الاقتطاعات الناتجة عن استرداد مبالغ تذاكر السفر غير المستعملة، و إن كان هذا التنظيم لم يوضح مكان وجود هذه الجداول إلا أن الغالب أنها تعلق في مقرات النقل بشكل مقروء وواضح للعيان.

في نفس المجال صدر المرسوم التنفيذي رقم 96-40[4] المؤرخ في 15 جانفي 1996 المتعلق بتعريفات نقل الركاب في سيارات الأجرة، وقد فرض هذا النص التنظيمي على السائق ضرورة إعلام الزبون بكل تغيير يحصل في التعريفة أثناء

---

(1) - يختلف الوضع في القانون الفرنسي بالنسبة لهذه المسألة، حيث ترك مسألة تحديد الأساليب للوزير المكلف بالإقتصاد، وذلك بإصدار قرارات تنظيمية، بعد أخذ رأي المجلس الوطني للاستهلاك، وهذا ما تضمنته المادة 3/113 من قانون الاستهلاك الفرنسي (النص القديم للمادة 28 من الأمر رقم 86-1243).

(2) - المرسوم التنفيذي رقم 96-38 المؤرخ في 15-1-1996- ج ر عدد 4 صادرة في 17-01-1996.

(3) - المرسوم التنفيذي رقم 96-31 المؤرخ في 15-01-1996- ج ر عدد 4 صادرة في 17-01-1996.

(4) - المرسوم التنفيذي رقم 96-40 المؤرخ في 15-01-1996- ج ر عدد 4 صادرة في 17-01-1996.

السير، وهذا ما ورد في الفقرة الثانية من المادة الخامسة، وهذا تكملة لمضمون المادة الرابعة منه التي نصت على أن التعريفات ترفع ليلا بمقدار 50%، كما فرض هذا المرسوم تعليق التعريفات المطبقة في هذا المجال في مكان واضح بغية إعلام المستهلك بها، وهذا ما يتوافق مع مضمون المادة الخامسة من القانون 04-02، الذي أدرج المعلقات من بين وسائل الإعلام بالأسعار والتعريفات، وهذا ما عبرت عنه المادة الرابعة من المرسوم سالف الذكر باستعمال مصطلح "تعلق".

وفي مجال خدمات النقل الجوي، صدر المرسوم التنفيذي رقم 2000-43[1] المؤرخ في 26-02-2000 الذي يحدد شروط استغلال الخدمات الجوية وكيفياته.

يلزم هذا المرسوم أصحاب امتياز الخدمات الجوية للنقل العمومي بإعلام المسافرين بالتعريفات والمسالك والمواقيت، وفي هذا حماية واضحة للمستهلكين في تلبية حاجاتهم في هذا المجال، وفي نفس السياق، أتجه المرسوم التنفيذي رقم 2000-81[2] الصادر في 2000/04/09 والذي يحدد شروط استغلال خدمات النقل البحري وكيفياته، حيث أقر بنفس الالتزام على عاتق أصحاب امتياز النقل البحري.

ب- في مجال الخدمات الفندقية:

ألزم التنظيم المؤسسات الفندقية أيضا بضرورة إظهار أسعار إيجار الغرف واستهلاك المأكولات والمشروبات في لافتات توضع على مدخل المؤسسات الفندقية، وفي مكاتب الاستقبال والدفع في الغرف والمطاعم، وهو مضمون المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 2000-46[3] المؤرخ في 1 مارس 2000، يعرف المؤسسات

---

[1] - المرسوم التنفيذي رقم 2000-43 المؤرخ في 26-02-2000 يحدد شروط استغلال الخدمات الجوية وكيفياته - ج ر عدد 8 صادرة في 01-03-2000.

[2] - المرسوم التنفيذي رقم 2000-81 مؤرخ في 09-04-2000 يحدد شروط استغلال خدمات النقل البحري وكيفياته- ج ر عدد 21 صادرة في 12-04-2000.

[3] - المرسوم التنفيذي رقم 2000-46 المؤرخ في 2000/03/01 يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكيفيات استغلالها- ج ر عدد 10 صادرة في 2000/03/05.

الفندقية، ويحدد تنظيمها وسيرها، وكيفية استغلالها، وفي هذا تدعيم لحماية المستهلك في مجال الإعلام بالأسعار والتعريفات.

الفرع الثاني: **الإعلام بالبيانات**

كرس مبدأ الإعلام بالبيانات المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة في المادة الثامنة من قانون الممارسات التجارية، حيث نصت على أنه " **يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت، وحسب طبيعة المنتوج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتوج أو الخدمة".**

تجدر الإشارة مبدئيا إلى أن نص المادة الثامنة مستحدث، حيث لم يكن متضمنا في الباب الرابع من الأمر 95-06 الملغى، والمتعلق بشفافية الممارسات التجارية، كما نشير إلى أن هذا النص قد استقاه المشرع من المادة 111 من قانون الاستهلاك الفرنسي وهو القانون رقم 78-23 الصادر في 10-01-1978 [1]، وهنا يمكن تسجيل بعض الملاحظات حول هذا النص فيما يأتي.

1- نصت المادة الثامنة في الشطر الأول على عبارة " **اختتام عملية البيع** "، ليفرض على البائع إعطاء المعلومات النزيهة والصادقة للمستهلك حول المنتوج أو الخدمة، لكن هذه العبارة لا تتلاءم مع طبيعة الخدمة، حيث أن هذه الأخيرة لا يمكن أن تكون محل عقد بيع، وإنما عقد أداء خدمة مهما كان نوعها بدليل أنه إذا رجعنا إلى نص المادة 111 من قانون الاستهلاك الفرنسي سابقة الذكر، نجد أنها نصت على عبارة « **la conclusion du contrat** » وهي العبارة الأنسب لكل من عقد بيع المنتوج وعقد أداء الخدمة.

---

[1] - تنص المادة 111 من هذا القانون على ما يلي:

« Tous professionnel vendeur de biens ou prestataire de service doit avant la conclusion du contrat mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques du bien ou de service »

2- نصت المادة الثامنة في الشطر الأول على عبارة " يلزم البائع " ليشمل الإلزام كل من بائع المنتوج وعارض الخدمة، لذلك كان من الأجدر استخدام عبارة " يلزم بائع المنتوج أو عارض الخدمة " على حد تعبير المادة 111 من قانون الاستهلاك الفرنسي.

3- نصت المادة الثامنة على عبارة **"... حسب طبيعة المنتوج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتوج أو الخدمة** "، وأغفل المشرع ذكر كلمة " **خدمة** " في هذه العبارة.

أما عن كيفية تنفيذ هذا الالتزام، فنرجع إلى قانون الممارسات التجارية وبعض النصوص التنظيمية.

أ- في إطار القانون 04-02:

ألزم المشرع من خلال المادة الثامنة من القانون 04-02 سالفة الذكر، المهني البائع للمنتوج أو العارض للخدمة على بذل العناية اللازمة، وبمراعاة طبيعة المنتوج المباع أو الخدمة المعروضة، بأن يقدم المعلومات النزيهة والصادقة التي تتعلق بمميزات المنتوج أو الخدمة، وعليه يقع عاتق المهني إعلام المستهلك بكل ما يتعلق بالعقد المزمع إبرامه، وذلك بتضمين العقد بالمعلومات الوافية الكافية[1].

أما عن كيفية تنفيذ هذا الالتزام، فقد أشارت المادة الثامنة إلى عبارة "**المعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتوج**"، لكنها لم توضح فيما تتمثل هذه المميزات، لذلك نرجع إلى القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث نصت المادة 17 منه على أنه " **يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم، ووضع**

---

(1) - د/ جمال النكاس- حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي- مقال منشور بمجلة الحقوق الكويتية- السنة 13-1989- العدد 1-4- ص 98.

العلامات، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة "، وعليه فقد اعتبر هذا القانون أن الإعلام بالبيانات يكون عن طريق الوسم والعلامات أو أية وسيلة مناسبة، و أوجب من خلال المادة 18 أن يتم تحرير هذه البيانات والمعلومات باللغة العربية أساسا، وعلى سبيل الإضافة، ويمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها.

إن الهدف من تقرير الالتزام بالإعلام بالبيانات التي توضح المستهلك مميزات المنتوجات والخدمات هو حمايته من غش البائعين، وعارضي الخدمات، ويقصد بالغش في هذا المجال، ذلك التصرف المادي الذي من شأنه إحداث تغير في طبيعة السلعة، وخواصها أو تركيبها أو فائدتها، بحيث يفقدها طبيعتها الأصلية أو يضعف من صفاتها، مثل هذا الغش يقوم على خداع المستهلك وإيهامه بان السلعة التي يرغب شرائها هي من جنس وطبيعة خاصة، وهو الصنف الذي يبحث عنه[1].

وعليه فإن إجبار المهني على إعلام المستهلك بالبيانات من شانه أن يكفل لهذا الأخير حماية لإرادته وصحته وأمنه، اعتمادا دائما على أساس ضعفه التقني بخصائص هذه المنتوجات والخدمات.

ب- في إطار بعض النصوص التنظيمية:

لقد تم صدور العديد من النصوص التنظيمية المطبقة منذ صدور القانون 89-02 المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك الملغى، والتي تلزم المنتجين بوسم منتجاتهم المعروضة في السوق، وذلك من خلال مجموعة من البيانات،توضع عن طريق ملصقة مرفقة بالمنتوج، وتتناسب هذه البيانات مع طبيعة كل منتوج، وتهدف إلى تحقيق أمن وسلامة المستهلك، فعلى سبيل المثال ألزمت المادة الخامسة من

---

[1] - د/ نائل عبد الرحمان- الحماية الجزائية للمستهلك في القوانين الأردنية- مقال منشور بمجلة الحقوق الكويتية - السنة 23- العدد 4- سنة 1990 ص 106.

المرسوم التنفيذي رقم 90-366[1] المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها بضرورة ذكر بعض البيانات الإجبارية، حيث تضمنت الفقرة الأولى منها عبارة " **وينبغي أن تمكن المستهلك من التعرف على مميزات المنتوج الحقيقية**".

كما وضح المرسوم التنفيذي رقم 90-367 الصادر في نفس التاريخ بيانات إجبارية لابد أن توفر في وسم السلع الغذائية، ومنها على الخصوص البيانات المتعلقة بتاريخ الصنع، الأجل الأقصى لصلاحية استهلاكه، وكذا شروط الحفظ، قائمة المكونات، وقد تم الإبقاء على هذه البيانات بموجب المادة السادسة من المرسوم التنفيذي 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 90-367، والتي تعتبر جد مهمة، إذ توضح للمستهلك خطورة بعض المنتوجات الغذائية، التي يمكن أن تضر بصحته كحالة وجود حساسية من إحدى المكونات مثلا.

كما تضمن المرسوم التنفيذي رقم 97-37 [2] المؤرخ في 14 جانفي 1997، والذي يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضبها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية، مجموعة من البيانات الهامة التي تحمي صحة المستهلك وذلك من خلال المادة العاشرة منه، ومنها التركيب، الشروط الخاصة بالاستعمال وكذا تاريخ انتهاء مدة الصلاحية، بل وزيادة على ذلك، فإن الفقرة الأولى من هذه المادة، قد استوجبت أن تكون البيانات الخاصة بوسم هذه المنتوجات واضحة وغير قابلة للمحو.

---

[1] - المرسوم التنفيذي 90-366 المؤرخ في 1990/11/10 يتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية - ج ر عدد 50 صادرة في 1990/11/21.

[2]- المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 1997/01/14 يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبها –ج ر عدد 4 صادرة في 1997/04/15.

من هنا يظهر لنا أن هذه النصوص التنظيمية تساهم بشكل كبير في حماية المستهلك، وذلك عن طريق كل المعلومات المتعلقة بالمنتوجات التي يستهلكها أو يستعملها في الحياة اليومية بشكل مبسط، تمكنه من تجنب الأخطار التي يمكن أن تنجر عن تناولها أو استخدامها، وبالتالي ضمان صحته وأمنه وسلامته، وهو الهدف الأساسي الذي تصبوا إليه النصوص القانونية المتعلقة بهذا المجال.

الفرع الثالث: الإعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية

نصت المادة الثامنة من القانون 04-02 على ضرورة إعلام المستهلك بشروط البيع أو أداء الخدمة (أولا) وكذا بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية (ثانيا).

أولا: إعلام المستهلك بشروط البيع أو أداء الخدمة.

إضافة إلى التزام المهني بإعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات، وضع المشرع على عاتقه بموجب المادة الثامنة من القانون 04-02 التزاما آخر، وهو الإعلام بشروط البيع.

بالإطلاع على مضمون هذه المادة يتضح لنا مبدئيا أن المشرع لم يحدد مضمون هذه الشروط، فهل يقصد بها الشروط المعتادة لعملية بيع المنتوج أو أداء الخدمة، أو يقصد بها الشروط العامة التي تتوقف على إرادة المهني، والتي أشارت إليها المادة الثالثة من هذا القانون " **شروط البيع المحددة سلفا** ".

و في هذا الصدد فإن الأمر الفرنسي رقم 86-1243 الصادر في 1986/12/01 قد نص في المادة 28 منه على عبارة الشروط الخاصة للبيع المتضمنة لكل المعلومات التي من طبيعتها تمكين المستهلك من إجراء اختيار صائب وواضح، وبالخصوص فيما يتعلق بمواعيد التسليم وخدمات ما بعد البيع[1]، كما نصت نفس المادة على أن الأساليب المتعلقة بفرض هذه الشروط تحدد وفقا لقرارات صادرة

---

[1] – Frank Steinmetz – concurrence prix – juris classeur – concurrence/consommation – Tome 1. 1989 –Fascicule N° 220 p 14.

عن الوزير المكلف بالاقتصاد، وذلك بعد أخذ رأي المجلس الوطني للاستهلاك، على خلاف المادة الثامنة من القانون 04-02 التي لم تتضمن كيفية تحديد هذه الشروط في العلاقة بين المهني والمستهلك، وهذا فراغ قانوني يضر بمصلحة هذا الأخير، الذي لا يجد سندا قانونيا لمعرفة تعسف المهني في حين نجد أن المشرع قد حدد مضمون هذه الشروط في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين، وذلك في الفقرة الثانية من المادة الثامنة.

كما أن القانون الفرنسي قد تناول أيضا الشكل الذي يظهر به العقد، حيث ألزم بقانون يستند إلى قرار توجيهي من الاتحاد الأوربي، المهنيين بضرورة أن تكون شروط العقود التي يقترحونها على المستهلكين مكتوبة بطريقة واضحة ومفهومة[1].

ثانيا: إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية.

زيادة على الإعلام بشروط البيع، فرضت المادة الثامنة من القانون 04-02 على المهني إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، حيث أن مبدأ شفافية السوق، يقتضي أن يمنح المستهلك كل عناصر المقارنة التي تمكنه من إجراء اختيار صائب.

ورغم أن الحدود المتوقعة للمسؤولية لا تكون مطبقة على العقود السابقة بين المهني والمستهلك، وغياب الإعلام بهذه الحدود لا يمنع انعقاد العقد، إذا كانت العناصر الأساسية لانعقاده متوفرة، إذ يخضع العقد للشروط المحدد قانونا [2]، إلا أن أهمية الإعلام بما يفيد طرفي العقد، سواء المهني عن طريق التنفيذ الأحسن لالتزامه، أو المستهلك في معرفة مضمون العقد.

---

(1)-د/عدنان إبراهيم سرحان- المهني –المفهوم و الانعكاسات القانونية- مقال منشور بمجلة الحقوق للبحوث القانونية و الاقتصادية- العدد 1- سنة 2003- دار الجامعة الجديدة – مصر- ص 70.

(2)- Frank steinmetz-op.cit p 14.

يرجع مصدر هذا الالتزام إلى الأمر الفرنسي الصادر سنة 1986، الذي جاء لتكريس شفافية السوق، ولتنظيم العلاقات بين المهنيين، وكذا العلاقات بين المهنيين والمستهلكين، حيث أنه في إطار هذا الأمر، لم يصبح الإعلام يستند فقط على الأسعار، وإنما كذلك على الحدود المتوقعة للمسؤولية، والشروط الخاصة للبيع، فيما لم يكن الإعلام إجباريا في إطار الأمر الصادر سنة 1945.

وقد انتقد بعض الفقهاء[1] هذا النص من وجهين، فمن جهة هو غير معمول به لكون أن حدود المسؤولية تمثل جزء من الشروط الخاصة للبيع، والمشار إليها أيضا في نص المادة 3/113 من قانون الاستهلاك الفرنسي، ومن جهة أخرى، فإنها تتعارض بشدة مع نص المادة 1/132 من نفس القانون، والتي تعتبر تعسفا كل الشروط المعفية والمحددة للمسؤولية، فصحيح أن المادة 1/132 لا تمنع هذه الشروط، إلا في عقد البيع، وأن نص المادة 3/113 يخص كذلك عرض الخدمات، إلا أن هذا قد يؤدي إلى تعطيل مهمة المحاكم في محاربة الشروط التعسفية[2].

المطلب الثاني: حماية المستهلك من الممارسات غير الشرعية

في إطار نزاهة الممارسات التجارية، والمتمثلة في عنوان الباب الثالث من القانون 04-02، منع هذا الأخير بعض الممارسات التجارية غير الشرعية، والمتمثلة في رفض البيع أو أداء الخدمة للمستهلك دون مبرر شرعي (الفرع الأول)، البيع أو أداء الخدمة المشروط بتقديم مكافأة والبيع أو أداء الخدمة المزدوج (الفرع الثاني).

الفرع الأول: منع رفض البيع أو أداء الخدمة

تدخل المشرع لمنع رفض البيع أو تأدية الخدمة منذ صدور القانون 89-12 المتعلق بالأسعار الملغى، وذلك بموجب المادة 27 منه، ليعيد تنظيمه بموجب الأمر

---

[1] [2] – Jean Calais Auloy et Frank steinmetz. Op cit p 58.

95-06 الملغى، في المادة 58، أما في إطار القانون 04-02 محل الدراسة، فقد نصت المادة 15 على منع رفض البيع أو تأدية الخدمة دون مبرر شرعي، ووفقا لهذا سوف نتناول مبدأ عرض السلعة والخدمات ومفهوم الرفض الموجه للمستهلك (أولا)، وشروط قيام جريمة الرفض ومدى تأثيرها على المستهلك (ثانيا).

أولا: **مبدأ عرض السلع والخدمات ومفهوم الرفض الموجه للمستهلك**.

إن الأصل يقضي أنه من حق المستهلك ومصلحته توفر السلع والمنتجات والخدمات، وتتحقق هذه المصلحة عندما يلجأ لشراء السلعة أو طلب الخدمة، إلا أنه قد يتعرض عند إقباله على ذلك إلى بعض الممارسات التي تشذ عن هذا المبدأ، مما دفع بالمشرع الجزائري على غرار التشريعات المقارنة إلى تجريم بعض هذه الممارسات، حيث نصت المادة 15 من القانون 04-02 على أنه " **تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع.**

يمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي، إذا كانت هذه السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة".

إن الهدف من وضع هذا النص هو تحقيق وفرة السلع والمنتجات، وتنظيم تداولها في الأسواق، و ذلك بإقامة التوازن في توزيعها على المستهلكين من جهة، وحماية المستهلك من جهة أخرى.

وتجدر الملاحظة هنا أنه وبمقارنة نصي المادتين 58 من الأمر 95-06 الملغى، و15 من القانون 04-02، أن المشرع قد حذف العبارة الأخيرة من الفقرة الثانية للمادة 58، وهي عبارة " **وطلبها المستهلك"،** كما أضاف عبارة "**بدون مبرر شرعي**"، وكذا العبارة الدالة على شرط توفر السلعة أو الخدمة في نص المادة 15، كما

نشير إلى أن مضمون المادة 15 من القانون 04-02 يتقارب إلى حد كبير من مضمون المادة 1/122 من قانون الاستهلاك الفرنسي[1].

إلا أن هذا المبدأ قيده المشرع باستثناء نصت عليه الفقرة الثالثة من المادة 15 من القانون 04-02، حيث لا يعد رفضا للبيع، الرفض الذي يكون محله أدوات تزيين المحلات والمنتوجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات أين يكون فيها الهدف ليس الغرض للبيع.

ثانيا-مفهوم الرفض الموجه للمستهلك:

رفض البيع أو تأدية الخدمة هو عمل سلبي يصدر من المهني، ويتضمن إنكار وجود السلعة لديه[2]، ويدخل في مفهوم الرفض الموجه للمستهلك عدة مسائل، إذ ليس كل رفض تلقائي يعد رفضا يمنعه القانون، ولا يمكن أن يكون هناك رفض إذا لم يكن هناك طلب ثابت وحقيقي، كما أنه الجدال الجدي والمنطوي على خطأ من البائع، والذي بموجبه يظهر سوء نيته وضعف المشتري، كما يجب أن يكون الطلب الموجه من المستهلك من ضمن الطلبات الرئيسية، وأن طلبه هذا يعد عاديا في إطار المعاملات المعتادة لهذا المهني مع باقي الزبائن، فطلب الشراء يعد غير عادي لمجرد أن المشتري لا يستوفي على الشروط المقررة في محلات البيع، والتي أدرجت مجددا من طرف البائع، وتقع جريمة الرفض حتى ولو كان الرفض جزئيا[3].

---

[1] - تنص المادة 1/122 على أنه " يعد ممنوعا الرفض الموجه للمستهلك لبيع منتوج أو عرض خدمة إلا بوجود مبرر شرعي".

[2] - د/ محمود محمد عبد العزيز الزيني- جرائم التسعير الجبري- المبادئ الشرعية والقانونية وآراء الفقهاء والمحاكم ومعيار العقوبة في كل من الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي- ب-ط- دار الجامعة الجديدة للنشر - مصر- 2004 ص 75.

[3] – Hemard et Bouloc- Mega code de commerce – Dalloz – 2002 p 726.

ثالثا: شروط قيام جريمة رفض البيع أو أداء الخدمة ومدى تأثيرها على مصلحة المستهلك

أ- شروط اعتبار الممارسة رفضا:

من قراءة المادة 15، يظهر أن المشرع قد اشترط لقيام رفض البيع أو أداء الخدمة عدة شروط هي:

1- أن يتم الرفض بصفة فعلية:

وهذا يعني أن المستهلك لا يمكنه أن يدعي بوقوعه ضحية هذه الممارسة، إلا إذا كان هناك رفض فعلي من قبل المهني.

ويكون الرفض فعليا إذا كان الطلب الموجه من طرف المستهلك إلى البائع عاديا، وكان هذا الأخير سيء النية، فهنا يستبعد وجود مبرر شرعي لدى المهني، إلا أن هذا يبدو صعبا إثباته إذا بني الرفض على أساس عرقي مثلا.

ولتسهيل إثبات وجود الرفض الفعلي، فقد لجأ المشرع الفرنسي في إطار قانون العقوبات الجديد الصادر في 1 مارس 1994 في المادة 2/225 منه إلى تحديد أساليب الرفض وهي:

- رفض التموين بمنتوج أو خدمة.
- عرقلة الممارسة العادية لأي نشاط اقتصادي.
- رفض التشغيل لمعاقبة شخص ما.
- توقيف التمويل لمنتوج أو خدمة على أحد الشروط المؤسسة على أحد العناصر المذكورة في الفقرة الأولى وهي رفض البيع على أساس الأصل، الجنس، الحالة العائلية، الحالة الصحية، الإعاقة الجسدية، الآراء السياسية، عدم الانتماء الحقيقي لجنس أو ديانة ولأمة معينة[1].

---

[1]– Roget Bout / Cat Herine Pieto/Gerard Cas- Les pratiques restrictives, les refus de ventes et prestations de services/ Lamy Droit économique, l'An 2000, p 422.

إن تحديد هذه الحالات يمكن المستهلك من إثبات وقوع الرفض بصفة فعلية من طرف المهني ومن جهة أخرى، يساعد القاضي على تكييف الحالات الأخرى المعروضة أمامه، كحالة رفض صاحب الفندق، الذي بعد قبوله تأجير غرفة لشخصين لأحدى السيدات، رفض تأجيرها لها عندما ظهر له بأنها رفقة رجل ذو بشرة سوداء، في القضية التي عرضت على محكمة « **Douai** » بتاريخ 25 جوان 1974 [1].

2- ألا يكون الامتناع مشروعا:

يشترط لاعتبار فعل الامتناع عن البيع أو تأدية الخدمة رفضا، أن يكون ذلك لمبرر غير شرعي، ومثال ذلك أن يتعلل البائع أو عارض الخدمة بأنه كان يقصد من وراء الامتناع تنظيم عمله، والموازنة بين حاجات الناس، كما يعتبر مبررا غير مشروع وجود حساسيات أو ضغائن شخصية تمييز ديني أو عرقي بين الناس.

ويعد الاجتهاد القضائي الفرنسي غنيا بمعاقبة الممارسات التي تأخذ شكل رفض البيع، ومنها ما قضت به الغرفة الجنائية لمحكمة النقض الفرنسية في قرار لها بتاريخ 21 أكتوبر 1988[2]، بأن رفض الصيدلي تسليم أدوية مانعة للحمل للزبائن بحجة أنها تتعارض مع اقتناعاته الشخصية، لا يمكن اعتباره عدم توفر مادي وبالنتيجة لا يمثل مبررا شرعيا.

كما أدانت محكمة الاستئناف لمنطقة «**Fort**» في فرنسا بتاريخ 21 فيفري 1994 [3] مسيرة شركة، والتي رفضت تسليم سيارات لبعض الأشخاص بحجة وجود نزاع مع وكيلهم.

ومن جهة أخرى قد يعتبر الرفض راجعا إلى مبرر شرعي، وذلك إذا تمكن صاحبه من تأكيد أنه يحقق منفعة اقتصادية بالنسبة إليه، ودون أن يمنح لأعوان

---

[1] – CA- Douai- 25/06/1974- Lamy Droit économique. Op.cit, p 422.
[2] – Cass-Crim- 21/10/1988. aff. N° 97.80.981- Lamy Droit économique, op. cit, p 420.
[3] – CA FORT- 21/02/1994. aff. N° 93.82.871- Lamy Droit économique op.cit. p 421.

اقتصاديين آخرين إمكانية نفي المنافسة[1]، كحالة رفض البائع في جمعية تعاونية أن يبيع لغير عضو في الجمعية لأنه من حقها ألا تبيع بضائعها إلا لأعضائها[2]، وحالة إذا كانت الخدمة لا تدخل في اختصاص المهني[3].

وبهذا الصدد فقد أصدرت وزارة التموين بمصر الكتاب الدوري لسنة 1958 إلى مراقبي وزارة التموين، بينت فيه أن هناك ظروفا قانونية تجيز للبائع حق رفض البيع، ولا يكون ثمة جريمة، وقد استخلص هذا الكتاب أسباب الرفض المشروعة للبائع وحددها فيما يلي:

- إذا أثبت بصفة قاطعة أن المقدار الذي يطلبه المشتري يزيد عن حاجته العادية.
- إذا كان البيع يتعارض مع العرف المتبع في المحل التجاري.
- إذا كان البيع يتعارض مع النظام الذي وضعه التاجر لتوزيع السلعة على عملائه المنتظمين باعتماد من مراقب التموين المختص[4].

ما يلاحظ أن حصر بعض حالات الرفض، يساعد القاضي على تكيف الوقائع المعروضة عليه، وإن كانت واردة على سبيل الحصر، وهذا ما لا نجده في إطار المادة 15 من قانون الممارسات التجارية، التي اكتفت بالمنع دون تحديد بعض حالات الرفض، وحبذا لو سلك المشرع هذا المنهاج، كونه يوضح للقاضي المسلك العام الذي يتبعه لدى تكييفه لوقائع النزاع المطروح أمامه.

ومن القضايا المطروحة على القضاء الفرنسي، والتي كان فيها المبرر مشروعا، ما حكمت به الغرفة الجنائية لمحكمة النقض الفرنسية بتاريخ 3 نوفمبر 1983[5]، تطبيقا للمبرر المشروع، المنصوص عليه في المادة 1/37 من الأمر رقم 45-1483

---

[1] – C.Jamin et L.Lacom- Droit commercial- 5ème édition –France- 1995 p 21.

[2] – د/ محمود محمد الزيني- المرجع السابق ص 158.

[3] – Roget Bout/Cat Herine Prieto/Gerard Cas- op.cit p 420.

[4] - د/ محمود محمد الزيني المرجع السابق ص 158.

[5] – Cass.Crim- 3/11/1983- Receiul Dalloz-Année 1984 p 136.

أن رفض البيع الصادر عن مؤسسة توزيع للمنتوجات البترولية لأحد زبائنها مبرر بكون أن الوضع الاقتصادي في تلك الفترة قد أجبر هذه المؤسسة على تحديد حجم التوزيع لكل الزبائن.

3- أن تكون السلعة معروضة للبيع أو أن تكون الخدمة متوفرة:

إذ لا يمكن تكيف الممارسة رفضا إذا لم يكن البائع قد عرض سلعة للبيع أو لم يكن بإمكانه توفير الخدمة المطلوبة من طرف الزبون، وما يلاحظ هنا أن المشرع في المادة 15 من القانون 04-02 قد اشترط عرض السلعة للبيع، بمعنى أنه إذا كان البائع حائزا للسلعة دون عرضها، فلا يعتبر أنه قد رفض البيع، على خلاف المشرع المصري مثلا الذي يقيم فعل الرفض بمجرد توفر الحيازة المادية للسلعة، وبالتالي يعتبر رفضا إنكار البائع وجود السلعة في محله، في حين أنه يحوز منها كميات تفوق بكثير ما كان يطلب منه بيعه.

ب: تأثير رفض البيع أو أداء الخدمة على مصلحة المستهلك

إن عرض المنتوج للبيع، وعرض الخدمة على المستهلك، يفترض معه أن المهني يريد من وراء ذلك بيع هذه السلعة وتقديم هذه الخدمة، لكن قد يحصل كما أسلفنا أن يعمد هذا المهني إلى رفض البيع أو أداء الخدمة رغم توفرها لديه، وبذلك يقف المستهلك موقف الطرف الضعيف الذي لا يمكنه إجبار هذا المهني على البيع أو تقديم الخدمة، ومن شأن ذلك المساس بمصلحة المستهلك الاقتصادية وكذا الاجتماعية، إذ أن فعل الرفض قد يشكل لديه ضغائن شخصية قد يؤدي إلى ارتكاب جرائم كأن تدفعه إلى إلحاق خسائر مادية بالمحل المملوك للمهني أو جرائم تلحق أضرارا جسدية بهذا الأخير نتيجة للضرب والاعتداء الجسدي.

إن كفالة الحماية للمستهلك من رفض البيع أو أداء الخدمة يعد أداة فعالة للحول دون تعسف المهنيين على المستهلكين، الذين إن لم توفر لهم الحصانة، سوف يقعون ضحية هذه الممارسة.

الفرع الثاني:منع البيع أو أداء الخدمة المشروط بتقديم مكافأة والبيع أو أداء الخدمة المزدوج.

نصت المادة 16 من قانون الممارسات التجارية على منع هذه الممارسة، و لذلك سوف نتعرض إلى البيع المشروط بتقديم مكافئة (أولا) و البيع المزدوج(ثانيا).

أولا: البيع أو أداء الخدمة المشروط بتقديم مكافأة.

أ- مفهومه

قد يضع التاجر الشخص في ظرف يحثه على التعاقد للحصول على مال أو خدمة غير ما يحتاج إليه حقيقة، وهذا ما يعرف بالبيع بمكافأة أو البيع بهدية، كأن يضع التاجر إعلانا يبين فيه أن شراء مجموعة من الكتب يعطي للمشتري الحق في حصوله من صاحب المحل على شيك بمبلغ معين[1]، وهذا ما يحصل في الواقع، حيث تقدم المؤسسات التجارية الكبرى على وعد زبائنها بالحصول على هدايا قيمة مقابل المشاركة في مسابقة معينة.

إن البيع أو تقديم الخدمة مقابل مكافأة يعتبر عملية خادعة بالنسبة للمستهلك عن طريق جلب انتباهه بهذه المكافأة إلى المنتوج أو الخدمة المقدمة، مما يضر بمصلحته[2]، حيث يقدم على شراء المنتوج فقط بسبب الإغراء المقدم من طرف هؤلاء، كما يؤثر على تنظيم المنافسة ونزاهتها داخل السوق، باعتبار أن هذه العروض

---

(1)- جرعود الياقوت- عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري- مذكرة ماجستير- كلية الحقوق- بن عكنون- السنة الدراسية 2001-2002 - ص 65.

(2) – Wilfridjeandidier- Droit pénal des affaires- Dalloz 2ème édition 1998 p 454.

تقتصر على فئة من المهنيين، وهم الذين يتمتعون بمراكز اقتصادية قوية، ومن أجل هذا تدخل المشرع في قانون الممارسات التجارية بمنع هذا البيع، وذلك بموجب المادة 16 التي نصت على أنه "**يمنع كل بيع أو عرض بيع لسلع، وكذلك كل أداء خدمة أو عرضها عاجلا أو آجلا مشروط بمكافأة مجانية من سلع أو خدمات، إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة، وكانت قيمتها لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية**".

ويخص النص كل بيع أو عرض منتوج أو عرض خدمة موجه للمستهلك، وتقوم المخالفة بغض النظر عن حجم العرض، وحتى لو لم يتم إبرام العقد.

و قد نص قانون الاستهلاك الفرنسي على هذا المنع بموجب المادة 35/121 منه، و قد كان القانون القديم يعتبر مكافأة المنتوجات و الخدمات، ثم وسع مجال التطبيق ليشمل أيضا القيمة النقدية، غير أن التخفيضات في الأسعار لا يمكن أن يعتبر ممارسة غير شرعية حتى إذا كان محل التخفيض شراء منتوج آخر[1].

ب- شروطه

لاعتبار البيع بالمكافأة ممارسة غير شرعية معاقب عليها، لا بد من توفر ثلاثة شروط:

1- أن يوجه البيع أو تقديم الخدمة للمستهلك:

يشترط لاعتبار المخالفة قد ارتكبت أن نكون بصدد علاقة بين مهني و مستهلك، يعني أنه إذا كانت هذه العلاقة بين منتج و بائع فلا نعتبر أننا بصدد بيع مشروط[2]، و هذه العلاقة قد تكون مباشرة أو غير مباشرة، و في هذا الصدد فقد وصفت محكمة

---

[1] Jean Jacque Biolay- ventes promotionnelles-Juris Classeur-concurrence-consommation- fasicule N[0] 907-année 2009 P 3.

[2] Wilfrid Jeandidier op cit p 454.

RENNES في حكم لها بتاريخ 1992/09/23[1] بأن منح تذاكر السفر لأشخاص مختارين عن طريق القرعة يعتبر مكافأة مجانية.

كما تعتبر المادة 35/121 من قانون الاستهلاك الفرنسي بأن منح المكافأة بالبيع تعتبر غير شرعية حتى لو منحت لفئة محددة فقط من المشترين، و هذا ما قضت به المحكمة الجنائية لمحكمة النقض الفرنسية بتاريخ 1995/04/05[2].

2-أن تكون المكافأة مختلفة عن محل البيع الرئيسي:

فإذا كانت الوحدة المقدمة للمستهلك من نفس المنتوج أو من نفس الخدمة فإنها لا تضر بهذا الأخير، إذ أنه يكون بإمكانه حساب سعر الوحدة و سعر المكافأة و حتى مقارنتها بالأسعار المنافسة.

و عليه فإن البيع بإثني عشرة قطعة لا يعتبر محضورا، بشرط ألا يؤدي إلى البيع بالخسارة أو البيع الملازم[3].

و على خلاف ذلك فإن الدائرة الجنائية لمحكمة النقض الفرنسية في قرارها الصادر بتاريخ 1973/05/16 اعتبرت أن الحكم الذي أدان شركة"OPEL" للسيارات لتقديمها دراجة بخارية كمكافأة أو منحة لكل من يشتري سيارة "OPEL" صائبا،و قد يقال أن الدراجة غير مخالفة لمحل العقد الأساسي لكونها مركبة بمحرك مثل السيارة، لكن الدائرة الجنائية لم تخلط بينهما لأن السيارة بأربعة عجلات بخلاف الدراجة[4].

1-TGI Rennes- Réf- 23/09/1992-RJDA 1993- N^0 72- confirmé.CA RENNES-14/01/1993 N^0 849

2- Cass.crim-05/04/1995- pouvoir N^0 94/81/940-juris Data N$^{0\ 1995}$ – Bull crim 1995- N^0 151 p 422.

3-Jean Jacque Biolay-op cit P 4.

4-جرعود الياقوت- المرجع السابق ص 66.

و في مجال الخدمات فإن خدمة التفريغ في السيارات تعتبر مختلفة عن خدمة تبديل قطع الغيار، و هذا ما قضت به محكمة "Nanterre " في 06مارس1991[1].

3-أن يكون تقديم المكافأة مجانا:

تشترط المادة 121-35 من قانون الاستهلاك من القانون الفرنسي أن يكون المنتوج أو الخدمة المقدمة كمكافأة مجانيا و دون مقابل، و إلا فلا يمكن اعتبار الممارسة غير شرعية و عليه فإن تقديم المكافآت بمقابل زهيد أو رمزي لا يعتبر بيعا بمكافأة.

ج - الاستثناءات:

لقد قيد المشرع منع البيع بالمكافآت، حيث اعتبر أنه إذا كانت المكافأة المقدمة من نفس السلعة أو الخدمة، و كانت قيمتها لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات ، فإن ذلك لا يعتبر بيعا ممنوعا.

كما أورد بموجب الفقرة الأخيرة من المادة 16 من القانون 04-02 استثناء يخص الأشياء الزهيدة أو الخدمات الضئيلة، و كذا العينات، حيث لا ينطبق هذا الحكم عليها أيضا.

و قد أضاف المشرع الفرنسي في هذا الصدد استثناءا آخر يأخذ به المشرع الجزائري، حيث لا يعتبر مكافأة السلع و الخدمات المتعلقة بالاستعمال العادي للمنتوج أو الخدمة، خدمات ما بعد البيع و الخدمات المتعلقة بإنجاز مواقف خاصة لسيارات الزبائن.

ثانيا: **البيع أو أداء الخدمة المزدوج** لقد منع المشرع بموجب المادة 17 من قانون الممارسات التجارية كل بيع لمنتوج مقابل كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات، وكذا اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة، وهذا حماية للمستهلك، حيث قد يعمد المهني الاشتراط على هذا الأخير بشراء كمية مفروضة من السلعة التي أرادها أو شراء سلعة

1-T-COM-Nanterre -6 Mars 1991-Gazette du palais 1991-2 P 639.

.

بسلعة أخرى أو تأدية خدمة مقابل خدمة أخرى أو مقابل شراء سلعة، وفي هذا إثقال لكاهل المشتري أو طالب الخدمة من الناحية المادية، إضافة إلى أن هذا النوع من البيع أو أداء الخدمة يؤثر على رضا المستهلك، حيث يضطر هذا الأخير إلى التعاقد دون أن يكون راضيا على ذلك، ويلجأ التجار وأصحاب المحلات إلى هذه البيوع أو تأدية الخدمات في فترة الأزمات أو قلة منتوج معين داخل السوق، وذلك لأجل تحقيق الربح غير المشرع.

كما أن هذا البيع أو أداء الخدمة يؤدي إلى إمكانية المساواة بين منتوجين أو منتوج وخدمة أو خدمتين ليس لهما نفس القيمة، ويمنع المستهلك من رفض شراء منتوج لا يرغب في شرائه[1].

إلا أن المشرع قد أورد استثناء على هذا الحكم، وذلك في الفقرة الثانية من المادة 17 التي نصت على "**لا يعني هذا الحكم السلع من نفس النوع المبيعة على شكل حصة، بشرط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة** ".

ومن أمثلة المنتوجات المبيعة على شكل حصة أثاث غرفة النوم أو غرف الاستقبال، الحصص المكونة من مجموعة من الملابس، شرط أن تكون معروضة للبيع في نفس المحل.

وقد قررت الغرفة الجنائية لمحكمة النقض الفرنسية في هذا الصدد بقبول البيع الذي محله منتوجات متماثلة في بعض المجالات منها بيع الحلويات، اللحوم والمواد الغذائية[2].

---

[1] – Wilfrid Jeandidier, op.cit, p 458.
[2] – C. Crim 29/10/1984 /B N° 324 JCP, 1985 II, 20489.

المطلب الثالث: حماية المستهلك من الممارسات التدليسية

إن المستهلك قد يحتاج إلى سلعة أو خدمة معينة، فلا يستطيع الحصول عليها، إما لندرتها أو لقلة جودتها، وذلك بسبب إخفاء بعض الموزعين والمنتجين للسلعة، مما يؤدي إلى عدم واقعية الأثمان، والتأثير على القدرة في الاختيار، وإحداث ظروف استثنائية تنعكس على مصالح المستهلكين، وهو ما يعرف بالاحتكار، هذا الأخير هو محل حظر من طرف المشرع في إطار قانون الممارسات التجارية، لذلك سوف نتناوله بالدراسة، حيث نتعرض إلى تعريف الاحتكار (الفرع الأول) وإلى شروطه والهدف من منعه (الفرع الثاني).

الفرع الأول : مفهوم الاحتكار

بداية، نشير إلى أن المشرع قد أضاف فصلا جديدا لم يكن متضمنا في الأمر 95-06 الملغى، وهو الفصل الثالث المعنون بـ " الممارسات التدليسية، والذي يحتوي على المادتين 24 و 25".

وقد نصت المادة 25 على حالة الاحتكار في شكل حيازة مخزون بهدف التحفيز على ارتفاع الأسعار وحيازة منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية بعد أن كان الأمر 95-06 الملغى يعاقب فقط على حالة احتكار السوق، ويعد استحداث مثل هذا النص رغبة من المشرع في استكمال الترسانة القانونية الخاصة بحماية المستهلك.

لذلك سنتعرض إلى تعريف الاحتكار(أولا) و شروطه (ثانيا).

أولا: تعريف الاحتكار

يعرف الاحتكار لغويا بأنه ادخار الطعام للتربص، وصاحبه محتكر، والاحتكار جمع الطعام ونحوه مما يؤكل، واحتباسه انتظار وقت الغلاء به[1].

أما في الاصطلاح، فقد عرف الاحتكار بتعريفات عدة:

- عرفه الإمام الشوكاني بحبس السلع عن البيع[2] .
- وعرفه الدكتور "فتحي الدريني" بأنه "حبس مال أو منفعة أو عمل، والامتناع عن بيعه أو بذله حتى يغلو سعره غلاء فاحشا غير معتاد، بسبب قلته أو انعدام وجوده في مظانه مع شدة حاجة الناس أو الدولة أو الحيوان إليه"[3].

فالمفهوم اللغوي للاحتكار لا يبتعد عن المعنى الاصطلاحي، لأن حبس الطعام انتظارا لغلائه هو المضمون العام للمعنى الاصطلاحي.

من الناحية الاقتصادية، هو الانفراد بسلعة أو خدمة، والتحكم الكامل في معدلات وفرتها، وتحديد أثمانها ومستوى جودتها، سعيا للحصول على أكبر قدر من الأرباح عن طريق التواطؤ بن الأطراف، لغلق المنافسة أمام الموزعين أو المنتجين الآخرين[4].

وفي نظر رجال الاقتصاد الإسلامي هو جمع أو حبس السلعة التي يحتاج إليها الناس، ليبيعها بثمن مغالي فيه، كما رواه أبو هريرة عن الرسول صلى ا عليه وسلم

---

[1]– العلامة ابن منظور- قاموس لسان العرب المحيط- ب.ت.ط. المجلد الأول- دار الجيل بيروت- دار لسان العرب- بيروت – لبنان – ب س . ب ط . ص 687.

[2] – الإمام الشوكاني- نيل الأوطار من أحاديث سيد الأخيار- شرح منتقى الأخبار- الطبعة1 المجلد 3 الجزء5- دار الكتب العلمية- بيروت 1995 ص 294.

[3] – د/ فتحي الدريني- بحوث في الفقه الإسلامي وأصوله- مؤسسة الرسالة- 1994-ص 447.

[4] – أحمد محمد محمود خلف- الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية- دراسة مقارنة- دار الجامعة الجديدة للنشر- مصر سنة 2005- ص 131.

أنه قال "من احتكر حكرة يريد أن يغلي بها على المسلمين فهو خاطئ"[1]، ومن ذلك يتبين أن مفهوم الاحتكار واحد في الاقتصاد الوضعي والاقتصاد الإسلامي، ومرده في النهاية ما عبر عنه الإمام أبو حنيفة بقوله "كل ما أضر الناس حبسه فهو احتكار"[2]، كما يتبين أيضا أن تعاريف الفقهاء المتفاوتة من حيث بيان حقيقته، لكنها كلها تلتقي حول معنى مشترك يكاد يكون القاسم المشترك بينها، وهو حبس الشيء لتحقيق غرض ما[3].

ثانيا: شروطـه:

لم يضع المشرع بموجب المادة 25 من القانون 04-02 شروط للاحتكار، وإنما نص فقط على الصورة التي تظهر بها هذه الممارسة، والنتيجة المترتبة على ذلك، ولكن باعتبار أن المهني قد يعمد إلى احتباس المخزون، وأن يقصد بذلك تربص غلاء الأسعار، فإنه لابد من توفر شروط يعتبر بموجبها الشخص محتكرا، ونظرا لعدم وجود هذه الشروط في النص القانوني، فلابد من الرجوع إلى الفقه الإسلامي الذي وضحها.

اختلف فقهاء الشريعة الإسلامية في تحديد شروط الاحتكار[4]، وقد اشترط أغلبهم ثلاثة شروط هي:

1- أن يكون الشيء المحتكر فاضلا عن حاجة صاحبه، وحاجة من يعيلهم سنة كاملة، لأنه يجوز أن يدخر الإنسان نفقته ونفقة أهله هذه المدة.

2- أن يكون صاحب الشيء قد انتظر الوقت الذي يغلو فيه السلع ليبيع بالثمن الفاحش لشدة الحاجة إليه.

---

(1) – أخرجه أحمد في المسند- أنظر مسند الإمام أحمد (مسند أبي هريرة) الجزء 3- حديث رقم 8625- الطبعة2- دار الفكر- بيروت- لبنان - سنة 1994 ص 265.

(2) –د/ محمد عبد المنعم الجمال – موسوعة الاقتصاد الإسلامي- دار الكتب الإسلامية- الطبعة 2- سنة 1986 ص 171.

(3) –د/كمال لدرع- حماية المستهلك من المعاملات التعسفية- مقال منشور بمجلة العلوم القانونية والإدارية الصادرة عن كلية الحقوق بجامعة الجيلالي اليابس- سيدي بلعباس عدد 195 لسنة 2005 ص 173.

(4) –د/عوف محمود الكفراوي- دراسة في تكاليف الإنتاج والتسعير في الإسلام-ب ط- مؤسسة شباب الجامعة للطباعة والنشر- الإسكندرية- سنة 1985 ص 152.

3- أن يكون الاحتكار في الوقت الذي يحتاج فيه الناس إلى المواد المحتكرة، فلو كانت هذه المواد لدى عدد من التجار أو لا يحتاج الناس إليها، فإن ذلك لا يعد احتكارا، إذ لا يوقع ضررا بالناس[1].

الفرع الثاني: الهدف من منعه

إن الهدف من منع الاحتكار بالدرجة الأولى حماية المستهلك، وذلك بمنع السلع الضرورية لحياة الناس، وهو ما يحتاجون إليه من الوصول إلى أسواق الاستهلاك، كما انه عمل مضاد لتحقيق مقصد الأموال وتداولها بين أيدي الناس[2]، واعتمادا على هذا المعنى إن بنت مسألة التسعير على أرباب السلع، إذا تعدوا تعديا فاحشا بأن امتنعوا عن بيعها مع ضرورة الناس إليها إلا بزيادة على القيمة المعروفة، فهنا يجب على ولي الأمر إلزامهم بأن يبيعوها بثمن المثل، لأن أصحاب السلع في امتناعهم عن بيع سلعهم إلا بالأسعار التي أرادوا، شاركوا المحتكر في منع الناس من الوصول إلى ضروراتهم وحاجاتهم من تلك السلع، لأن الأسعار المرتفعة لا يقدر عليها العامة في الغالب، فتصير تلك السلع حكرا على أصحاب الأموال، وأهل الشراء، وهو ما يدخل ضررا على العامة[3].

وبذلك يمكن القول أن المشرع الجزائري قد وفق إلى حد كبير عند استحداثه لنص المادة 25، والتي وإن كانت لا تحد نهائيا من هذه الممارسة، إلا أنها تساهم في

---

[1] –د/محمد علي عثمان الفقي- فقه المعاملات- دراسة مقارنة ب.ط- دار المريخ للنشر- السعودية- سنة 1986-ص226.

[2] –عز الدين بن زغيبة- مقاصد الشريعة الخاصة بالتصرفات المالية- الطبعة 1- مركز جمعة الماجد الثقافة والتراث- دبي- سنة 2001 ص 263.

[3] – د/ أحمد محمود علي خلف- المرجع السابق ص 130.

- إن نظام حرية الأسعار، وضع لمسايرة النظام الاقتصادي الجديد القائم على اقتصاد السوق، والذي يجعل الأسعار متماشية مع حرية المنافسة وناتجة عنها، وعليه فإن تحديد أسعار السلع والخدمات أصبح يخضع لقواعد المنافسة في السوق وإلى إرادة الأطراف، وبذلك تم تخفيف تدخل المحيط الإداري والتنظيمي فيما يتعلق بتحديد الأسعار، بعد أن كان الوضع العكسي هو السائد في إطار القانون 89-12 المتعلق بالأسعار الملغى، حيث كان نظام الأسعار المقننة هو الأصل ونظام الأسعار المصرح بها استثناء.

الإنقاص من انتشارها، وهو ما يمثل حماية للمستهلك من ارتفاع الأسعار، وقد دعم منع التحفيز على ارتفاع الأسعار بتكريسه لنظام حرية الأسعار والأسعار المقننة، وذلك من خلال نص المادة 22 من قانون الممارسات التجارية، واعتبر أن مخالفة هذا النظام تعد ممارسة غير شرعية للأسعار، رتب على ارتكابها عقوبات حددها هذا القانون، وقد كانت هذه المادة محلا للتعديل الجديد للقانون 04-02 وهو القانون رقم 10-06[1] المؤرخ في 15 أوت 2010، حيث أصبحت تنص على "**يجب على كل عون اقتصادي في مفهوم هذا القانون، تطبق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصدق عليها طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما**"، وقد تممت بموجب المادة 22 مكرر التي تتضمن وجوب إيداع تركيبة أسعار السلع والخدمات.

وقد حددت المادة 23 من القانون 02/04 الصور التي تتجسد فيها الممارسات غير الشرعية للأسعار وهي:

أ- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة، قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات غير الخاضعة لنظام حرية الأسعار وذلك بهدف الحصول على أرباح أكبر، ويقصد من منع هذه الممارسة إلى تحقيق الغرض الأساسي الذي يهدف إليه المشرع من وراء التسعير الجبري لسلع وخدمات معينة، وهو عدم المبالغة في أسعار هذه السلع والخدمات كحماية المستهلك، وتحقيقا لسياسة الدولة الاقتصادية[2].

و بذلك ساير المشرع الجزائري التشريعات المقارنة، فكل من المشرع المصري[3]، والفرنسي والبريطاني يمنع هذه الممارسات، وفي هذا الشأن، نشرت لجنة

---

[1]- قانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 أوت 2010 يعدل ويتمم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جويلية 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية- ج ر عدد 46 صادرة في 18 أوت 2010.

[2]- د/ أحمد محمد محمود علي خلف- المرجع السابق - ص 131.

[3] – في هذا الصدد، تنص المادة 90 من المرسوم بقانون 163 لسنة 1950 المتعلق بالتسعير الجبري وتحديد الأرباح والمعدلة بالقانون رقم 128 لسنة 1982 على "يعاقب كل من باع سلعة مسعرة جبريا أو محددة الربح أو عرضها للبيع بسعر أو بربح يزيد على السعر أو الربح أو امتنع عن بيعها بهذا السعر...".

المنافسة البريطانية في أفريل 2000، تقريرا يوضح أن الأسعار التي تدفع من طرف المستهلكين البريطانيين مرتفعة بنسبة 10%، وقد لاحظت هذا الارتفاع على مستوى العديد من قطاعات التوزيع، ونتيجة لهذا التدخل، أصدر ممثل الدولة للصناعة والتجارة مرسوما يمنع البيع للموزعين الذين لا يحترمون الأحكام المتعلقة بالتعريفات والأسعار في مختلف القطاعات[1].

ب- القيام بكل ممارسة أو مناورة ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار، حيث منع المشرع هذه الممارسات، وبالتالي فقد واجه التلاعب بأسعار السلع ومحاولة رفعها باستخدام أساليب غير مشروعة، لما في ذلك من إضرار بالمستهلكين، وتحقيق الربح للبائعين، ويعاقب المشرع على استعمال أية طريقة احتيالية تؤدي إلى رفع الأسعار، وهنا فقد نحى المشرع الجزائري منحى المشرع الفرنسي الذي يجرم التلاعب بالأسعار بأساليب غير مشروعة، وذلك في المادة 1/52 من الأمر الصادر سنة 1986 والمعدل بقانون 1992/12/16 والمتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، حيث نص على معاقبة كل من نشر أو أذاع وقائع أو معلومات كاذبة أو غير حقيقة في السوق، والتأثير سلبا على الأسعار التي يقدمها البائع[2].

وتم تعديل المادة 23 بموجب المادة 6 من القانون رقم 10-06، إذ تضمنت صورا جديدة إضافة إلى الصورتين السابقتين وهي:

- عدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج والإستيراد والتوزيع على أسعار البيع والإبقاء على ارتفاع أسعار السلع والخدمات المعنية.
- عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بها.
- تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق.

---

[1] – Pierre Axel- Lutte contre les patiques de prix minimum imposés en Europe (200-2001) Petites affiches du 16/11/2001 N° 229 p 10.

[2] – د/ أحمد محمد محمود علي خلف- المرجع السابق ص 132.

- إنجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع.

هذا وإن تحديد أسعار السلع والخدمات، فيه مصلحة كبيرة بالنسبة للمستهلك، إذ يحميه من تعسف البائعين الذين يتعمدون رفع الأسعار، بما يضر بالمشتري، تمسكا بحقهم في ممارسة التجارة، كما يهدف إلى تفادي الممارسات المنافية للمنافسة وكذا الممارسات غير الشرعية، ومن جهة أخرى مراقبة أساليب التوزيع.

كما أن مبدأ التسعير الجبري يعتبره بعض فقهاء الشريعة الإسلامية من العوامل الناجعة، التي وضعتها الشريعة في يد ولي الأمر لمقاومة الاحتكار ضمانا لعدم الإجحاف بحق التجار، وحق المستهلكين على السواء[1].

وقد قدم الدكتور "أحمد محمد محمود علي خاف" مجموعة من المزايا لهذا النظام والتي تؤثر على المستهلك بشكل إيجابي منها:

- أن التسعير الجبري وتحديد الأرباح يحد من جشع التجار واستغلالهم لاحتياجات المستهلكين للسلع والمنتجات المسعرة جبريا، وكذا المحدد ربحها بقدر من الثبات، مما يمكن المستهلك من تخطيط اتفاقية في حدود دخله.
- إن تسعير السلعة يجعل سعرها معلوما لدى الكافة بداية من إنتاجها وتوزيعها حتى استهلاكها، وبالتالي يمكن المستهلك من مواجهة التاجر، ولو بطريق الشكوى للجهات الرقابية.
- إن التسعير الجبري وتحديد الأرباح عن طريق أجهزة الدولة، يمكنها من ترشيد الاستهلاك عن طريق التحكم في أسعار السلع المختلفة وتحديد نسب أرباحها[2].

---

[1]– د/ فتحي الدريني- بحوث في الفقه الإسلامي وأصوله- مؤسسة الرسالة 1994 ص 531.

[2]– أحمد محمد محمود علي خاف- المرجع السابق ص 115.

المطلب الرابع: حماية المستهلك من الممارسات غير النزيهة

يطال عددا كبيرا من أساليب المنافسة غير المشروعة بضاعة المنافسين الآخرين ومنتجاتهم، ويحصل ذلك بأشكال مختلفة، من أهمها تقليد العلامة التجارية واغتصابها وإبدال البضاعة وتقليدها لخلق الالتباس حول مصدرها، كما قد يخلق هذا الأخير عن طريق الإشهار المضلل أو الإشهار غير الشرعي، هذه الممارسات كانت محل حظر بموجب قانون الممارسات التجارية، ولهذا سوف نتناول في (الفرع الأول) منع تقليد العلامة أو المنتوج، ومنع الإشهار المضلل في (فرع ثان).

الفرع الأول: منع تقليد العلامة أو المنتوج

منعت المادة 27 من قانون الممارسات التجارية تقليد العلامة أو المنتوج، لذلك سوف نتعرض إلى تقليد العلامة (أولا) و تقليد المنتوجات (ثانيا).

أولا: تقليـد العلامـــة

أ-مفهوم تقليد العلامة :

يقصد بتقليد العلامة اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الصناعية أو التجارية[1]، وباعتبار العلامة من إحدى عناصر المحل التجاري، فإنها تكون عرضة للاعتداء عليها من أصحاب المتاجر المنافسة وغيرهم، ويعد هذا الاعتداء فعلا من أفعال المنافسة غير المشروعة[2]، إذ يلجأ العديد من التجار والمقاولون في مجال المال والأعمال إلى طرق غير مشروعة، في وضع علامات متشابهة للسلع أو زيادة عنصر أو إنقاص عنصر من العلامة، والذي من شانه أن يحدث خاطا في ذهن المستهلك يدفعه إلى الشراء بدافع الغلط، فبدلا أن يشتري منتوجا ذا علامة أصلية، فإنه يشتري آخر

---

[1]–القاضي انطوان ناشف- الإعلانات والعلامات بين القانون والاجتهاد- دراسة تحليلية شاملة القوانين - الاجتهادات- الدراسات ب.ط. منشورات الحلي الحقوقية- لبنان 1999 ص 149.

[2]–د/ طعمة صعفك الشمري- أحكام المنافسة غير المشروعة- مقال منشور بمجلة الحقوق الكويتية- السنة 19- العدد 14 مارس 1995 ص 23.

مقلدا يحمل نفس المواصفات، ويمكن أن يكون بنفس السعر أو بسعر أعلى منه[1]، وفي هذا المجال، فإن مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش تحجز مرارا بضائع تحمل علامات مزورة ومقلدة تدليسيا، هذا العمل الذي يقوم به التاجر بتقليد العلامة، من شأنه المساس بمبادئ المنافسة الحرة وكذا المساس بصورة غير مباشرة بالمستهلك الذي يقع ضحية هذا التلاعب.

ب.مظاهر تقليد العلامة:

يتحقق تقليد العلامة بعدة مظاهر:

1- وجود تشابه من حيث النطق :

وبهذا الصدد، فقد عرض على القضاء الفرنسي نزاع بين علامتي « **Duxil** » و« **Dulmil** »، حيث قضت محكمة باريس في قرارها الصادر في 02 نوفمبر 1982[2] بأن علامة « **Duxil** » التي تمثل منتوجات صيدلانية، قد قلدت بعلامة « **Dulmil** » واعتبرت بأن جريمة التقليد قد وقعت بسبب أن اسم كلا من العلامتين يبدأ بنفس الأحرف، وهذا ما يجعل المستهلك ذو الانتباه المتوسط الذي لا يرى العلامتين في أن واحد يخلط بينهما.

وعلى عكس هذا الحكم، فقد قضت نفس المحكمة بتاريخ 11 جانفي 1983 [3] بعدم وجود التقليد بين علامتي « **Roy cominute** » و« **Knor mini minute** »، باعتبار أن كلمة « **minute** » تستعمل كثيرا في اللهجة المعتادة للتعبير عن السرعة في التحضير، ولا سيما بالنسبة للمنتوجات الغذائية، وعليه فلا يمكن للمؤسسة الأولى صاحبة علامة « **Roy co minute** » أن تعتبر نفسها الوحيدة التي لها الحق في

---

[1] –حديدان سفيان- جريمة التقليد التدليسي للعلامات الصناعية والتجارية أو علامات الخدمة- مذكرة ماجستير في القانون الجنائي- كلية الحقوق- بن عكنون- السنة الجامعية 2001-2002 ص 5.

[2] – Cour de Paris- 4ème chambre 02/11/1982- Recueil Dalloz –année 1984 p 63.

[3] – Cour de Paris – 4ème chambre 11/11/1983- Gazette du palais- 103 Année N° 1- Receuil Bimestriel- janvier-Février 1983.

استعمال هذا المصطلح، كما أن كلا المنتوجين يتضمن في الغلاف كلمة « **Roy co** » و « **Knor** » بصيغة مكبرة، وهذا ما يستبعد معه حصول الالتباس بينهما.

2- وجود تشابه في الشكل الخارجي للعلامة:

في هذا الصدد، فقد قضت الغرفة التجارية لمحكمة النقض الفرنسية بتاريخ 1978/07/04[1] أن النموذج المستعمل من طرف أحد المنتجين المتخصصين في تعبئة السوائل في قارورات يشبه النموذج المملوك للمنتوج المنافس إلى درجة عدم إمكانية التفريق بينهما، وإن التغيير الطفيف المضاف من طرف المنتج المقلد يمكن اكتشافه من طرف المشتري ذو الخبرة، وأيدت محكمة الاستئناف التي قضت بأن القيام بتغييرات طفيفة في الشكل الخارجي يمكن معه حدوث الالتباس بالنسبة للمستهلكين.

وعليه يتبين لنا أن إحاطة المهني بالحماية من تقليد العلامة المميزة له تزويرا أو تقليدا ينطوي على حماية غير مباشرة للمستهلك الذي يمكن أن يكون ضحية هذا التقليد، بأن يقدم على اقتناء المنتوجات، توهما منه أنها تحمل نفس العلامة، وقد يحدث هذا التقليد أضرارا بالنسبة إليه، وذلك لارتباط ضرر من تم الاعتداء على علامته بالضرر الذي يصيبه، لكون أن هدف المعتدي بالتقليد هو اجتذاب زبائن تاجر أو تجار معينين من خلال هذه الأفعال، فالحماية القانونية للعلامات التجارية على اختلاف أنواعها ترمي في آن واحد إلى تأمين الحماية لمنتج السلعة أو بائعها، والمستهلك لهذه السلعة، حيث أن الحماية للمنتج تضمن له المنافسة الحرة والمشروعة مع منتجي السلعة المنافسة، وبالنسبة للمستهلك، فإن تأمين الحماية القانونية للعلامة التجارية يضمن له الحصول على سلعة بأفضل المواصفات والأسعار، مع بيان شامل عن جميع العناصر الرئيسية التي تتألف منها السلعة المنتجة أو المعروضة للبيع، وإفساح المجال أمامه

---

[1] – Cass-Com – Par Bernard Deshé- Gazette du palais 98 Année N° 5- 1978, p 448.

للتفاضل بين السلع المتشابهة، لاختيار الأفضل منها وفقا لإرادته الحرة وظروفه الاقتصادية[1].

ثانيا: تقليد المنتوجات

كثيرا ما يطلب زبون من أحد التجار صنفا محددا من البضاعة، فيؤكد له هذا الأخير توافر السلعة المطلوبة، ولكنه يعمد إلى بيعه نوعا آخر يشبهها لونا أو شكلا أو مذاقا، ومما يلاحظ أن هذا الأمر شائع في مجال تجارة المشروبات والأدوية[2]، ويقصد بتقليد المنتوجات إعادة الإنتاج المتشابهة لجزء أو لكل عناصر علامة الغير، وتقليد المنتوجات قد يكمن في كل استعمال، مثل الإنتاج المشابه للطابع أو العلبة أو الأظرفة أو الملصقات، حتى قبل لصقها بالمنتوج وتسويقه[3].

كما قد يكون تقليد المنتوجات بتقليد الشكل الخارجي للبضاعة المنافسة، أو الشكل الخارجي الذي تعرض فيه، وهذا أسلوب شائع في الميدان العملي، ويدين الاجتهاد في فرنسا هذا العمل إذا كان من شانه خلق الالتباس في ذهن المستهلك العادي، بين المتنافسين وبضائعهم أو منتجاتهم، ولو حصل نتيجة عدم انتباه، إذ لا تأثير لحسن النية في هذا المجال، حتى لو تعلق الأمر برسم أو نموذج لا يتمتع بحماية خاصة، لأن المعول عليه هنا هو خطر حصول الالتباس، كما يجمع الفقه والقضاء في فرنسا على إدانة التقليد الكامل أو الحرفي، باعتباره وسيلة لإيقاع الجمهور في الالتباس، وجعله يخلط بين المنتجات[4].

وكثيرا ما يحـدث فـي الواقـع المعـاش، أن يعمد المقلد إلى الغش في مصدر البضاعة، إذ يغش التاجر في البيان الخاص بمصـدر البضاعة، موهما

---

[1] [2]– د/ جوزيف نخلة سماحة- المرجع السابق - ص 183.

[3] – Albert/ Chavanne –Jean Jacques Burst- Droit de la propriété industrielle – 2ème édition- Dalloz 1998- Paris- p 700

[4]– د/ جوزيف نخلة سماحة- المرجع السابق - ص 185.

المستهلك أنها أجنبية، في حين أنها من إنتاج محلي، وبهذا يقع في الغلط، وفي هذا الصدد أصدرت محكمة التمييز اللبنانية قرارا نهائيا بتاريخ 1956/06/25 [1] جاء فيه أنه "بمقتضى المادة الثالثة من اتفاقية مدريد، تاريخ أفريل سنة 1891، المعمول بها في لبنان، بموجب قرار المفوض السامي رقم 152، تاريخ 19 جويلية سنة 1939، يمنع الدولة المنتمية إلى الاتفاق عرض وبيع المنتوجات التي وضعت عليهـا إشـارات الدعاية التي من شأنها أن تخدع العموم حول مصدر هذه المنتوجات، وبمـا أن التاجـر عرض للبيع، وبـاع علـب الخـرطوش المصنوعـة فـي لبنـان، وهي تحمـل عبـارات تفـيـد أنهـا مـن صنع فرنسـا، مما يخدع المشترين، ويوهمهم أن مصدر البضاعة التي يشتـرون هـو فرنسـا وليس لبنـان، فإن عمله يقع تحت طائلة المسؤولية عملا بالنص آنف الذكـر[2].

الفرع الثاني: منع الإشهار الكاذب أو المضلل

تناولت المادة 27 من قانون الممارسـات التجـاريـة في فقرتها الثالثة، الإشهار الهادف إلى إحداث التباس في ذهن المستهلك، وهو كما عبرت عنه "الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك"، وبهذا سوف نتناول بالدراسة مفهومه (أولا)، صوره (ثانيا).

أولا: مفهوم الإشهار المضلل أو الكاذب.

يقصد بالإشهار حسب المادة الثانية من مشروع القانون المتعلق بالإشهار لسنة 1999، "**الأسلوب الاتصالي الذي يعد ويقدم في الأشكال المحددة في هذا القانون، مهما كانت الدعائم المستعملة قصد تعريف وترقية أي منتوج أو خدمة أو شعار أو**

---

[1]– محكمة التمييز اللبنانية - قرار نهائي- غرفة ثانية رقم 49 في 1956/06/25.

[2] – ندى البدراوي النجار- أحكام المسؤولية- المؤسسة الحديثة للكتاب- طرابلس لبنان- الطبعة الأولى – 1998 ص 627.

صورة أو علامة أو سمعة أي شخص طبيعي أو معنوي، كما تشمل العبارة كذلك الأنشطة شبه الإشهارية".

وقد نصت المادة 41 من هذا المشروع على تعريف الإشهار الكاذب، من خلال المنع المقرر بموجبها على ما يلي "**يعتبر الإشهار كاذبا إذا تضمن إدعاءات أو إشارات أو عروض خاطئة من شانها أن تخدع المستهلك أو المستعمل للمواد والخدمات**".

ومن جهة أخرى نصت المادة 43 من نفس المشروع على منع الإشهار الذي يحدث غموضا في ذهن المستهلك بخصوص طبيعة وطريقة الإنتاج والتركيبات الأساسية ومصدر أي مادة تكون موضوع إشهار.

وعليه يلاحظ أن هذه النصوص تفرق بين الإشهار الكاذب والإشهار الذي يحدث غموضا في ذهن المستهلك، وهذه الصورة الأخيرة المتضمنة في المادة 43 سالفة الذكر هي ذاتها التي تضمنتها الفقرة الثالثة للمادة 27 من القانون 04-02 محل الدراسة، في حين تعرضت المادة 28 من هذا الأخير إلى ذكر بعض صور الإشهار غير الشرعي والممنوع، والذي يتمثل في كل إشهار تضليلي، دون أن يذكر المشرع مصطلح الإشهار الكاذب.

لكن وبمقارنة نص المادة 41 من مشروع القانون المتعلق بالإشهار لسنة 1999 مع نص الفقرة الثانية من المادة 28، يمكن القول أن مضمون هذه الأخيرة، يتقارب إلى حد كبير مع تعريف الإشهار الكاذب، وبهذا نخلص إلى أن المشرع لم يضبط مصطلحا واحدا للإشهارات الممنوعة وفقا لقانون الممارسات التجارية.

إن الإشهار الكاذب أو المضلل يعد من حالات المنافسة غير المشروعة[1]، ويقصد به الإشهار المتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في خلط وخداع فيما يتعلق بعناصر وأوصاف جوهرية للمنتوج[2].

ثانيا: صـــوره

جاءت المادة 28 من قانون الممارسات التجارية لتنص على سبيل المثال لا الحصر على أهم صور الإشهار الكاذب أو المضلل، وهي حسب الترتيب الوارد فيها.

أ. الإشهار الذي يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتوج أو خدمة:

ومن أمثلة هذه الحالة ادعاء المنتج أن قارورات الرضاعة التي ينتجها، اعتبرت من طرف كلية الطب لمدينة برلين، القارورات الوحيدة المناسبة لمرفولوجيا الأطفـال الرضع[3]، ومن القضايا المطروحة في هذا المجال ما أدانت فيها محكمة الجنح بباريس بتاريخ 16 ماي 1989[4] السيدة « **Touboul** » بسبب الإشهار الكاذب، حيث جـاء في مضمون الحكم "في باريس وبتاريخ 29 جويليـــة 1986 وجـوان 1987، قامت المدعى عليها بتضليل المتعاقد حول الطبيعة و المـواصفـات الجوهرية للمنتوج المباع، وذلك عن طريق العرض للبيع لمجوهرات مقلدة تحت تسمية « **Perle de culture et saphir bleu** »، وهذا ما يشكل إشهارا يهدف إلى التوقيع

---

[1]– عياطة بن سيراج نايلة- الجوانب القانونية للإشهار- مذكرة ماجستير في قانون الأعمال- كلية الحقوق- بن عكنون- السنة الجامعية 2001-2002 ص 68.

[2]– د/ عادل قورة- الحماية التشريعية للمستهلك في مصر- ب.ط. الناشر- اليونسكو- المركز الإقليمي للبحوث والتوثيق في العلوم الاجتماعية- أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا- المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية- مصر ص 42.

[3]– عياطة بن سيراج نايلة- المرجع السابق ص 43.

[4] – Tribunal correctionnel de Paris- 16/05/1989- Pierre Bouzat- Droit pénal des affaires- Revue trimestrielle N°2- 43 année 1990 p 294.

في الغلط حو الطبيعة والمواصفات الجوهرية للمنتوج، وذلك عن طريق الإشارة إلى هذه التسمية في كاتالوغ مخصص لعرض أنواع المجوهرات".

وفيما يخص مجال الخدمات، فإن نفس المحكمة قد أدانت بتاريخ 29 ماي 1989[1] السيد «**Benahim**» بسبب الإشهار الكاذب، ومما جاء في مضمون الحكم "أنه وبباريس، وخلال شهر ديسمبر 1987، قام هذا السيد بإشهار يتضمن إشارات وعروض خاطئة، والتي تؤدي إلى الإيقاع في الغلط حول الطبيعة والمواصفات الجوهرية لخدمة معروضة على الجمهور، وذلك أنه سيقوم بإجراء حصة إذاعية مباشرة بمناسبة حلول السنة الجديدة، تستضاف فيها إحدى الشخصيات وهو السيد «**Jean Luc**» ، في حين تبين أنه لم يكن هناك أي عقد بينه وبين المؤسسة الإذاعية «**RTL**» ولم تعرض هذه الحصة في هذه المناسبة.

ب. الإشهار الذي يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه:

حيث يعمد صاحب الإشهار في هذه الحالة إلى إثارة الالتباس بواسطة تضمين إشهاره لعناصر تحدث خلط في ذهن المستهلك حول صاحب الإشهار الحقيقي، وقد سعت التشريعات المقارنة إلى حماية بعض أشكال الإشهار الحديثة، والتي تنم عن عمل فكري مبدع وخلاق، باعتبارها أثرا فنيا وأدبيا[2]، وقد نصت المادة 45 من مشروع القانون المتعلق بالإشهار لسنة 1999 على منع هذه الممارسة حيث نصت على أنه "**تمنع إعادة إنتاج المؤلفات الإشهارية بنفس أشكال الكتابة والإشهار والصورة، والرمز والصوت والتعليق، والسيناريو دون موافقة المعلن الذي أنجز الإعلان الإشهاري ولصالحه، وكذا مؤلف ذلك الإعلان**...". وتتجلى التقنية الإشهارية بأساليب عديدة عمليا، مصنفات، أو كاتالوغ ومنشورات وشعارات أو صيغ إعلانية، فإذا قلد

---

(1) – Revue trimestrielle op. p. 294.

(2) – القاضي أنطوان ناشف- المرجع السابق - ص 125.

أحدهم أسلوب الدعاية الذي اعتمده منافسه، فهناك احتمال أن يؤدي عمله هذا إلى الالتباس بين مؤسستهما، ويؤلف ذلك منافسة غير مشروعة، ويتوافر ذلك في حالة الاستيلاء على مواضيع حملة إشهارية وأشكالها بصورة عامة، ويكون التقليد واضحا وإرادة خلق الالتباس ثابتة، متى صدر العمل عن مستخدم سابق في المؤسسة صاحبة الإشهار نظرا لاطلاعه على أساليبها، كتقليد أشكاله من ناحية الزخرفة مثلا، مما يثير الالتباس حتى في ذهن ذوي الخبرة من الزبائن، كما في حالة إقدام صناعي على نشر إعلان في الصحف، منقول حرفيا من إعلان آخر نشره منافس له في الصحف ذاتها قبل أيام، بالإضافة إلى اعتماده شعارا مماثلا لشعار هذا الأخير مع تعديل طفيف، أو قيام شركة بإصدار كاتالوغ دعاية استوحت مضمونه من إشهار لشركة أخرى[1].

ج. الإشهار الذي يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار:

ويكون ذلك مثلا بتقديم عروض بيع بكميات كبيرة، في حين تكون كميتها الحقيقية محدودة، وذلك بهدف إحداث اضطراب في أسعار السوق أو زيادة الكمية المعروضة للبيع من السلعة، أو تقديم عرض شراء من سلعة كميتها المطروحة للبيع محدودة، وذلك بهدف إشعار المستهلكين بأن الكمية سوف تنفذ، الأمر الذي يؤدي إلى التهافت على السلعة، وارتفاع أسعارها لمحدوديتها علما بأن الواقع مختلف كليا[2].

من هنا تظهر أهمية حماية المستهلك من الإشهار الكاذب أو المضلل، وضرورة التأكد من صحة الإشهار، أيا كانت وسيلته مسموعة أو مقروءة أو مرئية.

---

[1]- – القاضي أنطوان ناشف- المرجع السابق - ص 125.

[2] – د/ نائل عبد الرحمن- المرجع السابق - ص 113.

المبحث الثاني: حماية المستهلك بعد التعاقد.

نظرا للمركز الأقوى الذي يتحلى به المهني بالنسبة للمستهلك، فقد يعمد إلى استعمال هذه القوة بشكل تعسفي في علاقاته مع هذا الأخير، سواء في عقود البيع أو أداء الخدمة، فقد يقتني المستهلك منتوجا أو يطلب خدمة معينة، ولا يحصل على فاتورة مقابل ذلك، لذا أوجب المشرع على المهني التعامل بالفاتورة مع المستهلك في حالة طلبها (المطلب الأول)، كما قد يضطر المستهلك إلى قبول التعاقد بشروط تعسفية، وحماية له، منع المشرع التعامل مع المستهلك بشروط تعسفية (المطلب الثاني).

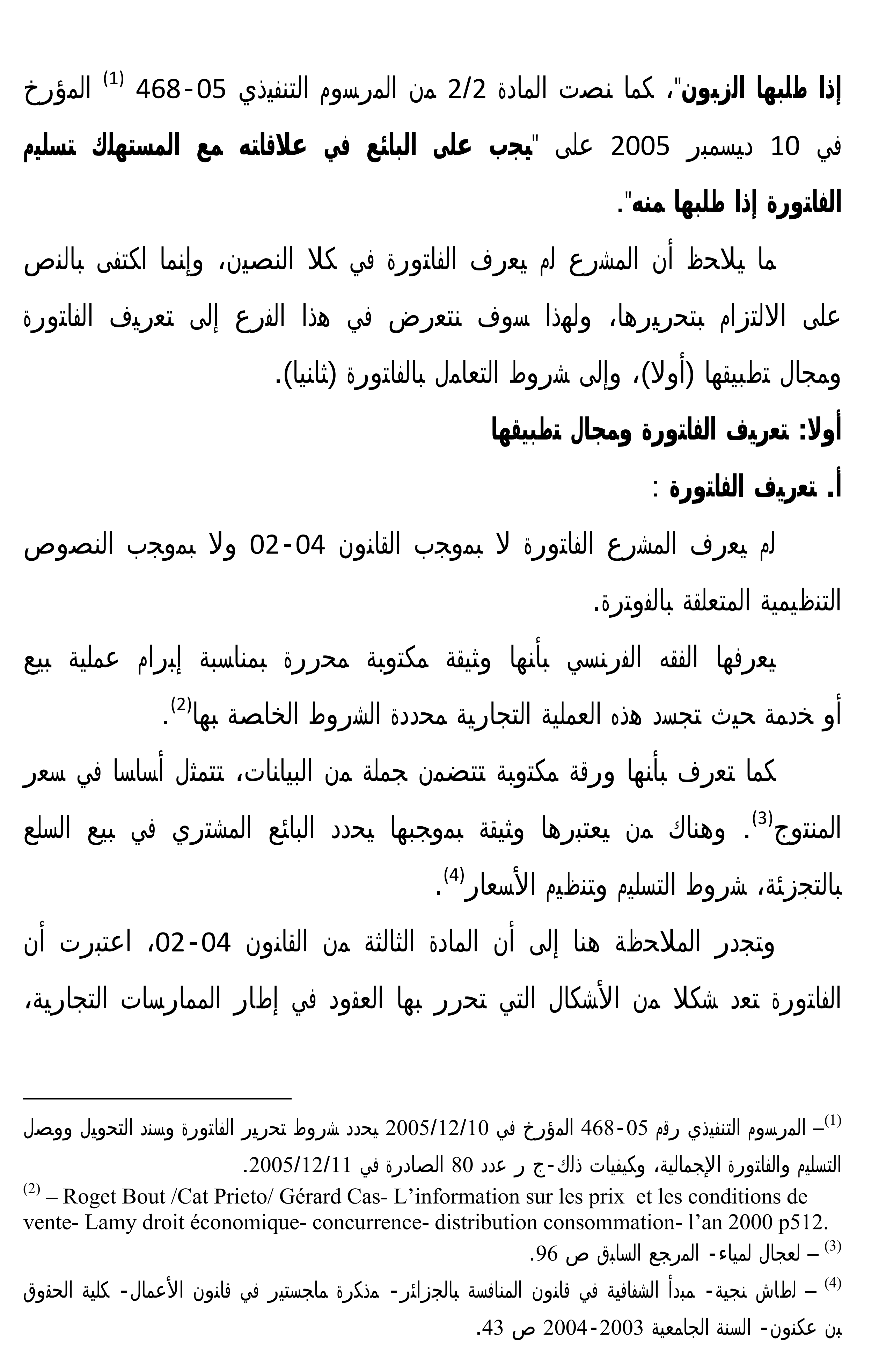
المطلب الأول: وجوب التعامل بالفاتورة مع المستهلك في حالة طلبها

تعتبر الفاتورة الوثيقة الأكثر شيوعا في نشاطات الأعمال اليومية، وأهميتها واضحة في مجال القانون التجاري، إذ تتمخض على تحريرها التزامات على الطرفين. ومنذ صدور الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة الملغى، اعتبر المشرع الالتزام بتحرير الفاتورة وسيلة من وسائل شفافية الممارسات التجارية، وذلك بمقتضى المادة 56 منه.

ونظرا لأن المستهلك قد يقدم على اقتناء حاجاته عن طريق الشراء أو طلب الخدمات، فإنه يكون من حقه تسليمه الفاتورة، وهذا ما أقره القانون، وبهذا فإن الفاتورة تكتسي أهمية بالنسبة للمستهلك، ومن شأن حرمانه من هذا الحق التأثير على مصلحته، ولهذا سوف ندرس في (فرع أول) مفهوم الفاتورة، وفي (فرع ثان) أهمية الفاتورة ومدى إلزامية التعامل بها مع المستهلك.

الفرع الأول: مفهوم الفاتورة

بالرجوع إلى نص المادة 3/10 من القانون 04-02، نلاحظ أنها قد تضمنت الالتزام بتسليم الفاتورة عند التعامل مع المستهلك، حيث نصت على أنه "**يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر المعاملة، ويجب أن تسلم الفاتورة**



إذا طلبها الزبون"، كما نصت المادة 2/2 من المرسوم التنفيذي 05-468 [1] المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 على "**يجب على البائع في علاقاته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه**".

ما يلاحظ أن المشرع لم يعرف الفاتورة في كلا النصين، وإنما اكتفى بالنص على الالتزام بتحريرها، ولهذا سوف نتعرض في هذا الفرع إلى تعريف الفاتورة ومجال تطبيقها (أولا)، وإلى شروط التعامل بالفاتورة (ثانيا).

أولا: تعريف الفاتورة ومجال تطبيقها

أ. تعريف الفاتورة :

لم يعرف المشرع الفاتورة لا بموجب القانون 04-02 ولا بموجب النصوص التنظيمية المتعلقة بالفوترة.

يعرفها الفقه الفرنسي بأنها وثيقة مكتوبة محررة بمناسبة إبرام عملية بيع أو خدمة حيث تجسد هذه العملية التجارية محددة الشروط الخاصة بها[2].

كما تعرف بأنها ورقة مكتوبة تتضمن جملة من البيانات، تتمثل أساسا في سعر المنتوج[3]. وهناك من يعتبرها وثيقة بموجبها يحدد البائع المشتري في بيع السلع بالتجزئة، شروط التسليم وتنظيم الأسعار[4].

وتجدر الملاحظة هنا إلى أن المادة الثالثة من القانون 04-02، اعتبرت أن الفاتورة تعد شكلا من الأشكال التي تحرر بها العقود في إطار الممارسات التجارية،

---

(1)– المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 2005/12/10 يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية، وكيفيات ذلك-ج ر عدد 80 الصادرة في 2005/12/11.

(2) – Roget Bout /Cat Prieto/ Gérard Cas- L'information sur les prix et les conditions de vente- Lamy droit économique- concurrence- distribution consommation- l'an 2000 p512.

(3) – لعجال لمياء- المرجع السابق ص 96.

(4) – لطاش نجية- مبدأ الشفافية في قانون المنافسة بالجزائر- مذكرة ماجستير في قانون الأعمال- كلية الحقوق بن عكنون- السنة الجامعية 2003-2004 ص 43.

حيث نصت في الشطر الرابع من الفقرة الثانية منها على أنه "**يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة...**".

ب.مجال تطبيقها:

إن مجال التعامل بالفاتورة من حيث النشاط هو العمليات المتعلقة بالعقود، الاتفاقات، المفاوضات أو كل الأنشطة المتعلقة بتنفيذ نشاطات الإنتاج أو توزيع المنتوجات، والخدمات، أما من حيث الأشخاص، فالمجال مفتوح أمام جميع الأعوان الاقتصاديين، وهذا ما يستخلص من نص المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 95-305 [1] المؤرخ في 7 أكتوبر 1995 الذي يحدد كيفيات تحرير الفاتورة، حيث نصت على أنه "**تطبق أحكام هذا المرسوم على كل الأعوان الاقتصاديين، وعلى جميع الأنشطة...**"، وقد تم إلغاء هذا المرسوم بموجب المادة 20 من المرسوم التنفيذي 05-468.

وتجدر الملاحظة أن المادة 3/10 من القانون 04-02 التي تخص التعامل بالفاتورة مع المستهلك قد ذكرت نشاطات البيع دون أداء الخدمة، وذلك يستنتج من نصها على أنه "**يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق...**"، وكذلك الأمر بالنسبة للمادة الثانية من المرسوم التنفيذي 05-468 في فقرتها الثانية، والتي ذكرت البيع دون أداء، الخدمة، وهذا سهو من المشرع في تحديد مجال التعامل بالفاتورة مع المستهلك، بدليل أن القانون 99-01 [2] المؤرخ في 1999/01/16 المتعلق بالفندقة على سبيل المثال، قد فرض على الزبون (المستهلك) تسديد الفاتورات، حيث نصت المادة 36 منه على

---

[1] – المسوم التنفيذي رقم 95-305 مؤرخ في 1995/10/07 يحدد كيفيات تحرير الفاتورة ج ر عدد 58 صادرة في 1995/10/8.

[2]– القانون رقم 99-01 مؤرخ في 1999/01/06 يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة- ج ر عدد 2 صادرة في 1999/01/10.

- حذا المشرع الجزائري حذو المشرع الفرنسي في مسألة تحديد مجال التعامل بالفاتورة، حيث نصت المادة 1/31 من الأمر 86-1243 على أنه "كل شراء لمنتوج أو كل أداء لخدمة لأي نشاط مهني لا بد أن يكون موضوع فوترة".

أنه "يلتزم الزبون بتسديد الفاتورات مقابل الخدمات التي قدمتها المؤسسة الفندقية"، وهذا دليل قاطع على أن مجال التعامل بالفاتورة مع المستهلك يخص كذلك قطاع الخدمات.

وعليه يمكن القول بأن مجال الالتزام بالفوترة واسع جدا، باعتبار أنه لابد أن يجسد في كل علاقة شراء المنتوج أو أداء خدمة، يلتزم البائع بتسليمها إذا طلبها المشتري.

ثانيا: **شروط التعامل بالفاتورة**

نظم المشرع شروط التعامل بالفاتورة بالمرسومين التنفيذيين رقم95-305 وكذا المرسوم التنفيذي رقم 05-468، وقد تعرضت هذه المراسيم إلى أشكال الفاتورة وشروطها، وباستقراء هذه النصوص، نجد أن هذه الشروط تتمثل في.

أ – شروط موضوعية:

تتمثل في ذكر بعض البيانات المحددة قانونا، و المتعلقة بالأطراف و بالمنتوج أو الخدمة:

1-بالنسبة للأطراف:نصت المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي رقم 05 على وجوب ذكر بيانات تعرف بهوية البائع و المشتري[1].

***بالنسبة للبائع:**يجب أن تحتوي الفاتورة على البيانات التالية:

- اسم الشخص الطبيعي و لقبه.
- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.
- العنوان و رقم الهاتف و الفاكس و كذا العنوان الإلكتروني عند الإقتصاد.
- الشكل القانوني للعون الاقتصادي و طبيعة النشاط.
- رقم السجل التجاري.
- رقم التعريف الإحصائي.

---

(1)- كان المرسوم التنفيذي رقم 95-305 ينص على وجوب ذكر هذه البيانات بالنسبة للمنتج أو الموزع أو مقدم الخدمة.

***بالنسبة للمشتري:** نصت نفس المادة على وجوب ذكر هذه البيانات إذا كان للزبون صفة العون الاقتصادي، أما إذا كان مستهلكا فإنه يجب أن تحتوي الفاتورة على اسم المشتري و لقبه و عنوانه و هذا في فقرة الفقرة الأخيرة منها، و هي فقرة مستحدثة لم تتضمنها المراسيم السابقة.

2-بالنسبة للمنتوج أو الخدمة:

تتمثل هذه البيانات في:

- تسمية السلع المبيعة و كميتها و/أو تأدية الخدمات المنجزة.
- سعر الوحدة دون الرسوم للسلع المبيعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة.
- السعر الاجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المبيعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة.
- طبيعة الرسوم و/أو الحقوق و/أو المساهمات و نسبها المستحقة حسب طبيعة السلع المبيعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة، و لا يذكر الرسم على القيمة المضافة إذا كان المشتري معفى منه .
- السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم محررا بالأرقام و الأحرف، و يشمل هذا الأخير حسب المادة الخامسة على جميع التخفيضات أو الانتقاصات أو الاقتطاعات الممنوحة للمشتري و التي تم تعريفها بموجب المادة السادسة من المرسوم.

ب- شروط شكلية:

لكي تعتبر الفاتورة وثيقة قانونية قابلة للتعامل، اشترط المرسوم التنفيذي رقم 05-468، أن تكون الفاتورة واضحة،ولا تحتوي على أي لطخة أو شطب أو حشو، كما يجب أن تحرر وفق دفتر أرومات يدعى دفتر الفواتير مهما يكن شكله، أو بشكل غير مادي، باللجوء إلى وسيلة الإعلام الآلي، ولا يمكن أن يشرع في استعمال دفتر الفواتير الجديد إلا بعد استكمال الدفتر الأول كلية.

وفي حالة إلغاء الفاتورة، فإنه يجب تضمينها بعبارة " فاتورة ملغاة"، وتسجيلها بوضوح بطول خط زاوية الفاتورة.

واستثناء، سمح المرسوم بموجب المادة 11 أن يتم تحرير الفاتورة وإرسالها عن طريق النقل الالكتروني، والمتمثل في نظام إرسال الفواتير، المتضمن مجموع التجهيزات والأنظمة المعلوماتية التي تسمح لشخص أو أكثر بتبادل الفواتير عن بعد.

هذا وقد منع قانون الممارسات التجارية بموجب المادة 24، تحرير الفواتير الوهمية والفواتير المزيفة، واعتبرها من الممارسات التجارية التدليسية.

الفرع الثاني: أهمية الفاتورة ومدى إلزامية التعامل بها مع المستهلك.

أولا: أهمية الفاتورة

أ-أهميتها كوثيقة:

إن اعتناء المشرع بالفاتورة كوثيقة للتعاملات اليومية، نتج عنه أنه أصبح لها عدة أدوار ، ولكل دور أهمية بالنسبة للمهني أو الدولة، حيث تعتبر الفاتورة وسيلة محاسبية ووسيلة رقابية في المجال الجبائي، وكذا وسيلة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية.

1.الفاتورة وسيلة محاسبية:

فقد فرض المشرع على كل تاجر تسجيل المعاملات في الدفتر اليومي، وهو ما نصت عليه المادة الثالثة من القانون التجاري التي تشترط الاحتفاظ بكل الوثائق التي

يمكن معها مراجعة العمليات اليومية، ومن بين هذه الوثائق الفاتورة، كما تفرض المادة 27 من نفس القانون على التاجر أن يقيد رقم التسجيل في السجل التجاري، ومقر المحكمة التي سجل فيها كل الوثائق في عنوان فواتيره أو طلباته[1]

---

(1) – لطاش نجية- المرجع السابق ص 44.

2.الفاتورة وسيلة رقابية في المجال الجبائي:

تعتبر الفاتورة وسيلة لمحاربة المخالفات الجبائية، وخاصة بعد تقويم الرسم على القيمة المضافة[1]، وتمكن الأعوان المكلفين بالرقابة من ضمان حق الخزينة من الضرائب المفروضة على الأعوان الاقتصاديين.

3.الفاتورة وسيلة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية:

إضافة إلى الأدوار السابقة، فإن القانون 04-02 قد اعتبر الفاتورة وسيلة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية، فهي تمكن المهني من معرفة مدى وقوعه ضحية المعاملات التمييزية التي قد يلجأ إليها مهني آخر، كما تفيد المستهلك في معرفة مدى وقوعه أيضا ضحية هذه الممارسات.

ب-أهمية الفاتورة بالنسبة للمستهلك:

إن الفاتورة لا تعتبر فقط وسيلة محاسبية، بل تعتبر كذلك وسيلة إثبات في العلاقات بين الطرفين، وهذا ما أقره القانون التجاري في المادة 30 منه.

بالنسبة للمستهلك الذي يتعامل بهذه الوثيقة، فإنها تكون وسيلة احتجاج بدفع الثمن المحدد في الفاتورة، وهنا نكون بصدد تطبيق المادة 323 من القانون المدني التي تضع عبء الإثبات على الطرف الذي طالب بتنفيذ الالتزام، ففي فرنسا وفيما يتعلق بفاتورات الاتصالات الهاتفية، فإن تسجيل المكالمات، يتم التأكد منه عن طريق تحقيقات تقنية، وهذا ما ينشئ قرينة لفائدة مؤسسة (France Telecom)، ونتيجة لذلك فإن الزبون يقع عليه عبئ إيجاد عناصر الإثبات التي تمكنه من التشكيك في هذه القرينة[2].

---

(1) – Wiffrid- Jean Didier- Droit pénal des affaires- Dalloz – 3ème édition 1998 p 422.
(2) - Francis Lefebre- Droit des affaires- concurrence- consommation, 2002, p 368.

وقد منح المشرع للمستهلك وسائل إثبات هذا التعامل، وذلك من خلال اشتراط بيانات إلزامية، يجب أن تتضمنها الفاتورة، فعلى سبيل المثال، فإن اشتراط ذكر التاريخ له أهمية بالغة في هذا الصدد، حيث يمثل اليوم الذي يبدأ فيه حساب آجال الدفع.

وإن كان تحديد تاريخ الدفع متروكا لحرية الأطراف، إلا أن المشتري يعتبر قد دفع قيمة الفاتورة من تاريخ وضعه تحت تصرف البائع المبلغ المالي المحدد في الفاتورة وليس من يوم دخول هذا المال في حسابه(1).

وعليه يمكن القول أن الفاتورة بما تتضمنه من معلومات، تشكل بالنسبة للمستهلك وسيلة لإثبات مضمون العقد الذي يبرمه لدى اقتنائه لحاجياته عن طريق الشراء أو طلب الخدمات، حيث تمكنه من التأكد من مدى مطابقتها لشروط البيع، وأنه لم يقع ضحية الممارسات المحظورة وهي التعامل بأسعار غير شرعية، وعليه تشكل الفاتورة حجة في يد المستهلك في مواجهة المهني الذي يتحرى بوجودها احترام مبادئ الشفافية والنزاهة في إطار معاملاته مع المستهلك، خاصة إذا علمنا بأنها من الوثائق التي حدد القانون مدة الاحتفاظ بها بعشر سنوات.

ثانيا: **مدى إلزامية التعامل بالفاتورة مع المستهلك.**

تنص المادة 3/10 من القانون 04-02 على أنه "**يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبررالمعاملة، ويجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها الزبون**".

يتبين لنا من خلال هذا النص، أن المشرع قد فصل في مسألة تقديم الفاتورة للمستهلك، حيث جعله اختياريا، إلا في حالة طلبها من طرف هذا الأخير، حيث يصبح تقديمها إلزاميا، وهذا ما نص عليه أيضا المرسوم التنفيذي رقم 05-468، وهذا في المادة 2/2 منه كما يلي :"**يجب على البائع في علاقاته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه**"، وهذا يعني أن البائع يقوم بتحرير الفاتورة وإعدادها، ويكون مخيرا من

(1)-Francis Lefebre- O P . Cit , p 368.

جهة، فله تسليمها أو عدم تسليمها في حالة عدم طلبها من طرف المستهلك، ومجبرا من جهة أخرى في حالة طلبها من طرف هذا الأخير.

ويتوافق هذا النص مع ما تضمنه القانون 99-01 المؤرخ في 1999/01/06 والمتعلق بالفندقة، الذي ألزم المؤسسة الفندقية بتسليم الفاتورة، حيث نصت المادة 59 منه على أنه "**تلتزم المؤسسة الفندقية بإعداد فاتورات تبين فيها مختلف الخدمات المقدمة للزبون في شكل اسمي أو رمزي**"، وقد دعم هذا النص ما جاء به المرسوم التنفيذي رقم 2000-46[1] المؤرخ في 2000/03/01، والذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكيفيات استغلالها، حيث نصت المادة الثالثة منه على أنه "**يجب أن تكون جميع الخدمات التي تقدمها المؤسسات الفندقية موضوع فاتورة، وطبقا للتنظيم المعمول به في مجال الأسعار**".

ونشير أخيرا إلى أن القانون 04-02 لم يلزم المشتري لا بالمطالبة بتحرير الفاتورة ولا بتسليمها.

المطلب الثاني: منع التعامل بشروط تعسفية مع المستهلك

إن النموذج التقليدي في التعاقد هو أن يتم إجراؤه بحرية النقاش والمساومة، وتقتضي هذه الأخيرة أن يناقش كل من طرفي العقد الطرف الآخر لقبول التعاقد بأحسن الشروط، وكذا أن تكون إرادتهما متساويتين، إلا أن هناك نوعا من العقود، يشذ عن هذه القاعدة، إذ تنعدم فيها المساومة والنقاش، حيث يضع أحد المتعاقدين شروطا مسبقة، ولا يكون أمام الطرف الآخر إلا قبولها أو رفضها كاملة، وهذا ما يسمى بعقود الإذعان، ولأجل حماية الطرف الضعيف، تدخل المشرع في إطار القانون 04-02 بوضع أحكام تمنع التعاقد المتضمن للشروط التعسفية، وذلك من خلال المادة 29 منه،

---

[1]–المرسوم التنفيذي رقم 2000-46 المؤرخ في 2000/03/01، يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها ويسرها وكيفيات استغلالها- ج ر عدد 10 صادرة في 2000/03/05.

والتي تعتبر مادة مستحدثة لم يتضمنها القانون 95-06 الملغى، ولذلك سنعمد إلى تحليل مضمون هذا النص الجديد، فنتناول في (الفرع الأول) مفهوم الشرط التعسفي، وفي (فرع ثان) الممارسات التعسفية في إطار المادة 29، ووسائل الحماية من الشروط التعسفية في (الفرع الثالث).

الفرع الأول: مفهوم الشرط التعسفي

أولا: تعريف الشرط التعسفي

تعني كلمة تعسف لغة "الاستخدام السيئ"، وفي الاصطلاح القانوني "الاستخدام الفاحش لميزة قانونية".

يرى الفقه بأنه يعتبر تعسفيا "الشرط المحرر مسبقا من جانب الطرف الأكثر قوة، ويمنح لهذا الأخير ميزة فاحشة عن الطرف الآخر"، ويمكن أن يعتبر تعسفيا تطبيقا لذلك شروط الإعفاء من المسؤولية أو المحددة لها، وكذا الشروط الجزائية، أو أنه في العقد المبرم بين مستهلك ومهني، والمحرر مسبقا من طرف هذا الأخير، يعتبر الشرط تعسفيا عندما يؤدي إلى عدم التوازن في حقوق والتزامات الأطراف، بالنظر للميزة القاصرة على المهني[1].

---

(1)- د/ أحمد محمد الرفاعي- الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي ب.ط. – دار النهضة العربية- مصر- سنة 1994 ص 212.

- سعى المشرع الفرنسي منذ صدور قانون 1978/01/01 إلى معاقبة الشروط التعسفية في العقود المبرمة بين المهنيين والمستهلكين،حيث نصت المادة35 منه على تعريفها بأنها"...الشروط المتعلقة بـ...حينما تبدو هذه الشروط أنها مفروضة على غير المهنيين أو المستهلكين بواسطة تعسف النفوذ الاقتصادي للطرف الآخر، وتمنح هذا الأخير ميزة فاحشة.

أما المشرع الجزائري، فإنه وفي إطار القواعد العامة، قد أضفى حماية على الطرف الضعيف في عقود الإذعان، ومنح القاضي سلطة التدخل لتعديل الشروط التعسفية، أو إعفاء الطرف المذعن منها، وذلك في نص المادة 110 من القانون المدني، إلا أنه لم يأت على تعريف الشرط التعسفي، بينما إذا رجعنا إلى القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجد أنه قد ذكر فقط شرط عدم الضمان، الذي اعتبره شرطا لاغيا في المادة 13 منه حيث نصت على حق المستهلك في الضمان ورتبت البطلان على الشرط المخالف لذلك وبمقتضى المادة الثالثة من قانون الممارسات التجارية، فإنه قد جاء بهذا التعريف في الفقرة الخامسة منها بنصها على أنه "**كل بند أو شرط بمفرده او مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى، من شانه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد**".

ثانيا: معيار التعسف

بالرجوع إلى التعريف القانوني الذي تضمنته المادة الثالثة سالفة الذكر، نلاحظ أن المشرع قد اعتمد على معيار واحد للتعسف، وهو الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات الطرفين، وهنا يستشف أنه أخذ بالمعيار الذي اعتمده المشرع الفرنسي في المادة 132 من قانون الاستهلاك الحالي، بعد أن كان يعتمد في القانون الصادر في 1978/01/01 على معيار النفوذ الاقتصادي والميزة الفاحشة، وهذا ما تضمنته المادة 35 منه (سبقت الإشارة إلى مضمونها)، إلا أنها قد اعتبرت معايير ذات طابع عام، لذلك قد تمت عملية إصلاح، قادت إلى إجراء تعديل على هذا التعريف، والمتضمن في المادة 1/132 من قانون الاستهلاك الفرنسي، وأصبحت الشروط التعسفية هي تلك التي تهدف إلى خلق عدم التوازن الظاهر بين حقوق وواجبات الطرفين في العقد [1].

---

[1] – Jérôme Huet- Eléments de réflexion sur le droit de la consommation- petites affiches du 08/11/2001 N° 223 p 11.

وعليه يمكن القول أنه لمعرفة التعسف، نرجع إلى البحث عن عدم وجود توازن في العقد المبرم بين المهني والمستهلك، والناتج عن ضعف هذا الأخير أمام المهني القوي، الذي يفرض عليه شروط بما يملكه من نفوذ وتفوق في القدرة التقنية، وباستغلاله لحاجة المستهلك للسلعة أو الخدمة، وإزاء كل ذلك، فلا يكون أمامه إلا القبول أو الرفض الكامل للتعاقد، دون إمكانية المناقشة، فينعدم اختياره، وينتج عن هذا الخضوع عدم تعادل في ميزان حقوق والتزامات الطرفين.

ثالثا: مجال تطبيقه

إن تحديد مفهوم الشرط التعسفي يقتضي أيضا تحديد مجال تطبيقه، فهل أن منع الشروط التعسفية يسري فقط على عقود الإذعان، أم تمتد إلى باقي العقود الأخرى؟

من ناحية طبيعة العقد، فإن المادة 29 من القانون 04-02 نصت على أنه "**تعتبر بنودا وشروطا تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع**"، وعليه يمكن القول أن المشرع قد قصد عقود البيع المبرمة بين المستهلك والبائع، يعني أنه استبعد العقود المبرمة بين المهنيين، وفي هذا حماية واضحة للمستهلك، وهو نفس الموقف الذي اتجه إليه المشرع الفرنسي، الذي يشترط لاعتبار الشرط تعسفيا أن يظهر في عقد مبرم نهائيا بين مهني ومستهلك، وبهذا الصدد، فقد صدر حكم عن محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 1996/10/07، والذي لفت نظر القضاء، حيث أن مؤسسة « **Chrompost** » لم تقم بتقديم الطرد للمرسل عن طريقها في الوقت المناسب، وقد أدرجت هذه الأخيرة في عقودها النموذجية شرطا محددا للمسؤولية، وبما أن الزبون كان مؤسسة لم يكن لها نفس الاختصاص، فإن محكمة النقض لم تعتبر هذا الشرط تعسفيا، وإنما اعتبرته شرطا محددا للمسؤولية(1).

---

(1) – Brigitte Hess Fallon et Anne Marie Simon-Clauses abusives-Juris classeur concurrence- consommation année 1995. p 328.

لكن ومن جهة أخرى، فإن المشرع الجزائري قد حصر تطبيق المادة 29 على عقود البيع فقط دون العقود الأخرى، على خلاف المشرع الفرنسي الذي عمم تطبيق نص المادة 132 من قانون الاستهلاك على كل العقود، سواء كانت بيعا، إيجارا، تأمينا، قرضا ...الخ، وأيا كان محلها عقارا أو منقولا، بل وأكثر من ذلك، فإنه لم يشترط شكلا معينا للعقد، حيث يمكن أن تكون طلبات بضاعة، فواتير، تذاكر[1].

وعليه فهذا التحديد من طرف المشرع الجزائري، يقصر من حماية المستهلك، باعتبار أن هذا الأخير قد يبرم مع المهني عقودا بكل أشكالها، وليس عقود بيع فقط، كما أن هذا التحديد يعني استبعاده لعقود تقديم الخدمات، في حين أن المستهلك قد يتعرض لتعسف المهني في هذا المجال، فالنزيل في فندق مثلا قد يواجه شروطا معلقة في قاعات الاستقبال تتعلق بعدم المسؤولية، وعليه كان من الأحسن مواكبة المشرع الفرنسي الذي يكفل حماية أكبر للمستهلك في هذا المجال.

الفرع الثاني: **صور الممارسات التعسفية**

نصت المادة 29 على بعض الصور التي قد يمارسها المهني، والتي ينتج عنها اختلال في التوازن العقدي، ويظهر من خلالها المستهلك كطرف ضعيف ليس بيده إلا الخضوع أو الرفض الكامل للتعاقد، ويمكن إجمال هذه الصور فيما يلي:

أ- وجود اختلال في الالتزامات المتقابلة:

يتجسد هذا الاختلال من خلال ما نصت عليه الفقرة الأولى، حيث يأخذ البائع حقوقا و/أو امتيازات لا تقابلها حقوقا و/أو التزامات مماثلة للمستهلك، حيث أن هذا الأخير يبدو طرفا ضعيفا في مواجهة البائع الذي يستقل وحده بصياغة بنود العقد، ويضمنها ما يشاء من الشروط التي تخدم مصلحته، ويقدمها جاهزة للمستهلك الذي لا

---

[1]– د/ أحمد محمد الرفاعي- المرجع السابق ص 227.

يملك إلا أن يوافق عليها وأن يقبل ما بها من شروط مجحفة[1]، وهو ما يدل عليه مضمون الفقرة الثانية من المادة، ويفرض على المستهلك تنفيذ هذه الالتزامات دون أن يلتزم بها هو، وهذا ما نصت عليه الفقرة الخامسة من المادة، الأمر الذي يجعل البائع يحصل بذلك على امتيازات وحقوق يحرم منها المستهلك.

ب- **التفرد بتعديل العقد، شروطه وآثاره**:

تتجسد هذه الممارسات في الفقرات الثالثة، الرابعة والسابعة، فإضافة إلى فرض التزامات على المستهلك، ووضع الشروط المتوافقة مع مصلحته، فقد يعمد المهني أيضا إلى استخدام سلطته ونفوذه عن طريق التفرد بتعديل عناصر العقد، كتعديل الثمن مثلا أو تعديل محل العقد، سواء كان عقد بيع أو تقديم خدمة، دون أن يوافق المستهلك على ذلك، وهو ما نصت عليه الفقرة الثالثة من المادة، كما قد يقدم على التفرد بتعديل شروط العقد، ومثال ذلك جعل العقد يتضمن شرط عدم المسؤولية، أو جعل عبئ مصاريف النقل على عاتق المشتري، وقد يصل هذا التعديل ليمس أجل تسليم المنتوج أو تنفيذ الخدمة، وهذا ما يؤثر بشكل واضح على المستهلك، مما يظهر الطابع التسلطي والتحكمى الذي يمارسه المهني في هذه الحالة.

ج- رفض حق المستهلك في فسخ العقد:

إن حق فسخ العقد هو حق مشروع، ممنوح لكل متعاقد في حالة عدم تنفيذ الطرف الآخر لالتزامه طبقا للقواعد العامة، حيث نصت المادة 1/119 من القانون المدني على "**في العقود الملزمة للجانبين، إذا لم يوف أحد المتعاقدين بالتزامه، جاز للمتعاقد الآخر بعد إعذاره المدين، أن يطالب بتنفيذ العقد أو فسخه مع التعويض في الحالتين إذا اقتضى الحال ذلك**"، باعتبار أن كل من عقد بيع السلع أو تقديم الخدمات

---

[1]–د/ جابر محجوب علي- ضمان سلامة المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية- مقال منشور بمجلة الحقوق الكويتية الصادرة عن مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت- السنة 20- العدد 4 ديسمبر 1996 ص 264.

هي عقود ملزمة للجانبين، لكن وبما أن معظم العقود المبرمة بين المهنيين والمستهلكين تكون عقود إذعان، فإن البائع أو مقدم الخدمة قد يرفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل هو بالتزام أو عدة التزامات في ذمته، وهو ما نصت عليه الفقرة السادسة من المادة 29، وهنا ينبغي للقاضي التدخل لمنع الشرط التعسفي والمتمثل في إلغاء حق مقرر قانونا.

د- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية:

إن التهديد بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض الخضوع لشروط غير متكافئة يعد من قبيل الإكراه الذي يؤدي إلى بطلان العقد، وهذا ما نصت عليه المادة 1/88 من القانون المدني "**يجوز إبطال العقد للإكراه إذا تعاقد شخص تحت سلطان رهبة بينه بعثها المتعاقد الآخر في نفسه دون حق**"، وهذا ما جعل المشرع في المادة 8/29 يعتبر هذا الشرط تعسفيا، يعاقب عليه المهني في حالة ممارسته على المستهلك، إذ أن قطع العلاقة التعاقدية قد يجلب أضرارا مادية لهذا الأخير، مما يجبره على القبول بالشروط غير المتكافئة المعروضة عليه، وفي هذا إهدار واضح للتوازن العقدي ومبدأ حرية التعاقد، مما استدعى التدخل لحماية المستهلك الذي يعد طرفا ضعيفا، وفي هذا الصدد يمكن الإشارة إلى القانون الفرنسي رقم 95-96 الصادر في 1995/02/01 والمتعلق بالشروط التعسفية الذي تضمن ملحقا نص على 17 حالة، من بينها حالة إنهاء أو إقصاء أو تحديد مسؤولية المهني في حالة وفاة المستهلك أو إصابته بأضرار مادية، أو في حالة عدم التنفيذ الكامل أو الجزئي أو التنفيذ المعيب من طرف المهني لإحدى التزاماته العقدية، وذلك بسبب وجود دين له في ذمته[1]، إضافة إلى حالات أخرى نصت عليها المادة 29 من قانون الممارسات التجارية منها:

- الحالة السادسة التي تقابلها الحالة السادسة في المادة 29.

---

(1)– Guy –Raymond- clauses abusives- loi du 1-2-1995- juris classur- concurrence-consommation- édition 2004- volume 3- fascicule 819 p1.

- الحالة العاشرة التي تقابلها الحالة الثالثة في المادة 29.
- الحالة الحادية عشرة التي تقابلها الحالة السابعة في المادة 29.
- الحالة الثالثة عشرة التي تقابلها الحالة الرابعة في المادة 29.

من خلال استعراضنا لبعض الحالات التي اعتبرها المشرع شروط تعسفية، نلاحظ أنه قد أحاط المستهلك بحماية كبيرة للحول دون تعسف المهنيين عليه، نتيجة لاستخدام نفوذهم الاقتصادي وقوتهم التقنية، بل أبعد من ذلك، فقد مكن القاضي من تقدير الشرط التعسفي خارج الحالات الواردة في المادة 29.

الفرع الثالث: وسائل الحماية من الشروط التعسفية

أولا: منح القاضي سلطة تقدير الشرط التعسفي.

بالرجوع إلى نص المادة 29، نجد أنها ذكرت الحالات السالفة الذكر على سبيل المثال لا الحصر، بدليل استخدام عبارة "لا سيما البنود"، وعليه يمكن القول بأن المشرع قد ترك مجالا واسعا للقاضي في تقدير الشرط التعسفي، مثل ما هو الحال في نص المادة 110 من القانون المدني التي نصت على جواز تدخل القاضي لتعديل هذه الشروط أو إعفاء الطرف المذعن منها، وذلك وفقا لما تقضي به العدالة، وبالتالي فإن نص المادة 29 في عمومه وشموله يعد أداة قوية في يد القاضي يحمي بها المستهلك من الشروط التعسفية.

وفي هذا الصدد فقد اعتبرت محكمة النقض الفرنسية في قرار صادر بتاريخ 1994/01/16، بأن القاضي يمكنه تقرير أن الشرط تعسفي دون الاعتماد على مضمون المادة 132 من قانون الاستهلاك، ودون الحاجة إلى الرجوع للمراسيم، وعليه فقد اعتبرت بأنه يعد شرطا تعسفيا الشرط الذي ينص على أنه منذ تسليم المركبة، فإن

المشتري تقع على عاتقه الأخطار التي يمكن أن تلحق بها لا سيما الضياع، السرقة، الخلل الميكانيكي...[1].

ثانيا: تسخير وسائل أخرى

إضافة إلى الحماية المقررة بموجب المادة 29، فإن المشرع قد جاء بوسائل أخرى تكفل حماية للمستهلك من تعسف المهني، وذلك في المادة 30، حيث نصت على "**بهدف حماية مصالح المستهلك وحقوقه، يمكن تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق التنظيم، وكذا منع العمل في مختلف أنواع العقود ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية**"، وبهذا فقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 06-306[2] المؤرخ في 2006/09/10 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين المهنيين والمستهلكين، والبنود التي تعتبر تعسفية، وقد نصت المادة الأولى منه على أن هذا المرسوم جاء تطبيقا للمادة 30 من القانون رقم 04-02، وأعطت للعقد نفس المفهوم الذي جاءت به المادة الثالثة من هذا الأخير.

وقد تضمن الفصل الأول من المرسوم التنفيذي 06-306 العناصر الأساسية للعقود، والواجب توافرها في العقود المبرمة بين المهنيين والمستهلكين، وتتعلق بالإعلام المسبق للمستهلك ونزاهة وشفافية العمليات التجارية، وأمن ومطابقة السلع و/أو الخدمات وكذا الضمان والخدمة ما بعد البيع، بينما تضمنت المادة الثالثة هذه العناصر.

أما الفصل الثاني، فقد تضمن البنود التي تعتبر تعسفية، وما يلاحظ أنه على خلاف ما جاء في المادة 29 التي حصرت الشروط التعسفية في العقود بين البائع والمستهلك، فإن المادة الخامسة من المرسوم 06-306 قد أجملت كل الممارسات التي

---

[1] – Guy Raymond- op.cit, p 1.

[2] –المرسوم التنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 2006/09/10 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين المهنيين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية- ج ر عدد 56 صادرة في 11-09-2006.

يقوم بها المهني، يعني عقود البيع وعقودا أداء الخدمة، وقد ذكرت المادة مجموعة من البنود، تتمثل في 12 حالة هي:

- تقليص العناصر الأساسية للعقود المذكورة في المادتين 2 و 3.
- الاحتفاظ بحق تعديل العقد أو فسخه بصفة منفردة بدون تعويض المستهلك.
- عدم السماح للمستهلك في حالة القوة القاهرة بفسخ العقد إلا بمقابل دفع تعويض.
- التخلي عن مسؤوليته بصفة منفردة بدون تعويض المستهلك في حالة عدم التنفيذ الكلي أو الجزئي أو التنفيذ غير الصحيح لواجباته.
- النص في حالة الخلاف مع المستهلك على تخلي هذا الأخير عن اللجوء إلى أية وسيلة طعن ضده.
- فرض بنود لم يكن المستهلك على علم بها قبل إبرام العقد.
- الاحتفاظ بالمبالغ المدفوعة من طرف المستهلك في حالة ما إذا امتنع هذا الأخير عن تنفيذ العقد، أو قام بفسخه دون إعطائه الحق في التعويض في حالة ما إذا تخلي المهني هو بنفسه عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه.
- تحديد مبلغ التعويض الواجب دفعه من طرف المستهلك الذي لا يقوم بتنفيذ واجباته دون أن يحدد مقابل ذلك تعويضا يدفعه المهني الذي لا يقوم بتنفيذ واجباته.
- فرض واجبات إضافية غير مبررة على المستهلك.
- الاحتفاظ بحق إجبار المستهلك على تعويض المصاريف والأتعاب المستحقة بغرض التنفيذ الإجباري للعقد، دون أن يمنحه نفس الحق.
- يعفي نفسه من الواجبات المترتبة عن ممارسة نشاطه.
- يحمل المستهلك عبئ الواجبات التي تعتبر من مسؤوليته.

إن تحديد الحالات التي تعتبر فيها البنود تعسفية يعد أداة حماية قوية للمستهلك، وخاصة أنها تضمنت إمكانية حصوله على تعويض، كما تعتبر وسيلة تسهيل على القاضي عند وجود مثل هذه النزاعات، وتعزز رقابته القضائية على العقود المبرمة بين المهنيين والمستهلكين.

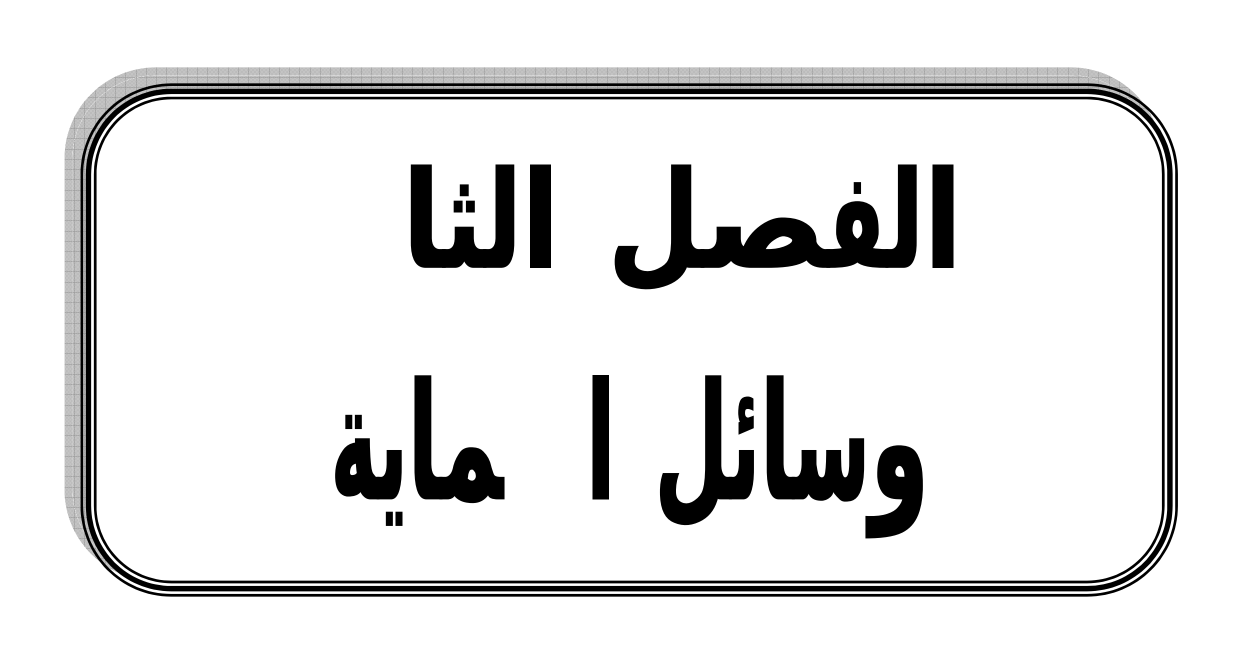
أما عن الحماية عن طريق منع العمل في مختلف أنواع العقود ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية فمنها شرط عدم الضمان المنصوص عليه في المادة 13 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وبالإضافة إلى الرقابة القضائية، فقد سخر المشرع وسيلة أخرى تتمثل في الرقابة الإدارية عن طريق إنشاء جهاز إداري للرقابة على الشروط التعسفية، وهو لجنة البنود التعسفية، وذلك بموجب الفصل الثالث من المرسوم التنفيذي رقم 06-03، وهي لجنة ذات طابع استشاري، يرأسها ممثل الوزير المكلف بالتجارة، تتكون من 7 أعضاء، وتكلف طبقا للمادة 7 من المرسوم بمهام البحث في كل العقود المطبقة من طرف المهنيين على المستهلكين، والبنود ذات الطابع التعسفي، كما تصيغ توصيات تبلغ إلى الوزير المكلف بالتجارة والمؤسسات المعنية، إضافة إلى قيامها بكل دراسة أو خبرة متعلقة بكيفية تطبيق العقود تجاه المستهلكين.

وهناك مثال آخر يمكن إدراجه ضمن هذه الوسائل، والتي تم تبنيها بفرنسا في مجال العقود المبرمة عن بعد، بفضل التطورات التكنولوجية في ميدان الأعلام الآلي، ففي إطار التنظيم الصادر سنة 1997، والمتعلق بهذا النوع من العقود، والتي تم النص عليها في الأمر الصادر في 2001/08/23، فرض هذا الأخير إعداد وثيقة مكتوبة، يقدمها المهني للمستهلك، تتضمن معلومات يكون بالإمكان عن طريقها الاتصال بين الطرفين والتي تمس بالخصوص الهوية، العنوان، المميزات الأساسية للسلعة

أو الخدمة، الثمن التكاليف، أساليب التسليم، تنفيذ العقد..، وقد أكد هذا النص على ضرورة أن تكون هذه الوثيقة مكتوبة، ويمكن الاستعاضة بأية وسيلة يمكن أن تحتفظ بالمعلومات لمدة طويلة مثل الأقراص المضغوطة وهذا تماشيا مع تطور الإعلام الآلي[1].

[1]– Professeur Jerome Huet- Université Paris- petites affiches du 8-11-2001 N° 223- année 390 p11.



الفصل الثا

وسائل ا ماية

الفصل الثاني: وسائل الحماية

بعدما تعرفنا على مضمون الحماية التي وفرها قانون الممارسات التجارية للمستهلك لا بد أن نعرف أيضا كيف تتم هذه الحماية.

لقد تضمن الباب الرابع والخامس من القانون 04-02 كل ما يتعلق بالمخالفات والعقوبات وكيفيات المعاينة والتحقيق والمتابعة، ومن استقراء النصوص، نجد أن المشرع قد رتب على ارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون مسؤولية على عاتق المهني، وهذا حماية للمستهلك وتمكينه من جبر الأضرار التي قد تلحقه نتيجة هذه الممارسات غير المشروعة، والحصول على تعويض عادل.

وعليه سوف نقسم دراسة هذا الفصل إلى مبحثين، نتناول في أولهما قيام المسؤولية الجزائية للمهني وفي ثانيتها قيام المسؤولية المدنية للمهني.

المبحث الأول: قيام المسؤولية الجزائية للمهني

إن ارتكاب المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية، يؤثر على سير المنافسة الحرة وشفافيتها في السوق من جهة، ويسبب أضرارا للمستهلكين من جهة أخرى، مما جعل المشرع يكلف الجهات الإدارية المختصة بإجراء تحريات وتحقيقات لأجل متابعة مرتكبي المخالفات (المطلب الأول)، وبعد التحقيق يتم تطبيق العقوبات المقررة في هذا القانون (المطلب الثاني).

المطلب الأول: التحقيق ومعاينة المخالفات

تضمن الفصل الأول من الباب الخامس من قانون الممارسات التجارية مراحل وإجراءات معاينة المخالفات ومتابعتها، وذلك في المواد 49 إلى 59، لذلك سوف نتعرض إلى هيئات التحقيق (الفرع الأول) ثم إجراءات التحقيق والمعاينة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: هيئات التحقيق

نصت المادة 49 من قانون الممارسات التجارية على "**في إطار تطبيق هذا القانون، يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة مخالفات أحكامه، الموظفون الآتي ذكرهم:**

- **ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية.**
- **المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.**
- **الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.**
- **أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض.**

وعليه فإن هيئات التحقيق المخولة وفقا لقانون الممارسات التجارية بالتحري حول المخالفات هي:

أولا: ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية

طبقا للمادة 15[1] من قانون الإجراءات الجزائية، فإنه يتمتع بصفة ضابط الشرطة القضائية.

- رؤساء المجالس الشعبية البلدية
- ضباط الدرك الوطني.
- محافظوا الشرطة.
- ضباط الشرطة.
- ذو الرتب في الدرك ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني، بعد موافقة لجنة خاصة.
- مفتشوا الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل، وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الداخلية والجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة.
- ضباط وضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن، الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك صادر بين وزير الدفاع الوطني ووزير العدل[2].

---

[1]– بموجب القانون رقم 85-02 المؤرخ في 26 جانفي 1985.

[2]– بموجب الأمر 95-10 المؤرخ في 25-02-1995.

ثانيا : المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة

وعليه نرجع في ذلك إلى المرسوم التنفيذي رقم 08-266 [1] المؤرخ في 19 أوت 2008 الذي يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، وما يهمنا منها الهيئات الخاصة بالمراقبة وهي:

أ- على مستوى وزارة التجارة:

المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش:

- حلت هذه المديرية محل المفتشية المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش التي كان منصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 94-210 المؤرخ في 16 جويلية 1994[2] والتي تختص أساسا بمكافحة الممارسات المضادة المنافسة التجارية.

ب- على مستوى المصالح الخارجية لوزارة التجارة:

1- **المديرية الجهوية للتجارة:** حلت هذه المديرية محل المفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش، ووفقا للمادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 03-409[3] المؤرخ في 2003/11/05 يحدد المصالح الخارجية لوزارة التجارة.

تتمثل مهام المديرية الجهوية للتجارة في ضمان تنسيق نشاطات المديريات الجهوية للتجارة لا سيما في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش، تنظيم برامج الرقابة والسهر على تنفيذها بالاتصال مع الإدارة المركزية والمديريات الولائية للتجارة،

---

[1]– المرسوم التنفيذي رقم 08-266 مؤرخ في 2008/08/19 يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 02-254 المؤرخ في 2002/12/21- ج ر عدد 48 صادرة في 2008/08/24.

[2]– المرسوم التنفيذي رقم 94-210 مؤرخ في 1994/07/16 متعلق بإنشاء مفتشية مركزية التحقيقات الاقتصادية وقمع الغش في وزارة التجارة ويحدد اختصاصها – ج ر غدد 47 صادرة في 1994/07/20.

[3]– المرسوم التنفيدي رقم 03-409 مؤرخ في 2003/11/05 يحدد المصالح الخارجية في وزارة التجارة – ج ر عدد 68.

وتنسيق عمليات المراقبة ما بين الولايات، وإنجاز التحقيقات الاقتصادية التي تتطلب فرق متعددة التخصصات وذات اختصاص جهوي مع تنظيم ووضع فرق متخصصة للتكفل بهذه المهام[1].

2- الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية:

وذلك بالنسبة للتحقيقات الخاصة بالمجال الجبائي.

3- أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعنيون لهذا الغرض:

الفرع الثاني: إجراءات التحقيق والمعاينة

قبل بداية التحقيق والتحري، ألزمت المادة 49 من القانون 04-02 على الموظفين المؤهلين لذلك تبيان وظيفتهم وتقديم تفويضهم بالعمل، مع إمكانية طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليميا وذلك طبقا للقواعد المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية.

وبإمكانهم أثناء إجراء التحقيق القيام بتفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية، دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني، كما يمكنهم اشتراط استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها، وتضاف هذه المستندات والوسائل المحجوزة إلى محضر الحجز أو ترجع في نهاية التحقيق، بعدها تحرر وحسب الحالة محاضر الجرد و/أو محاضر إعادة المستندات المحجوزة وتسلم نسخة من المحاضر إلى مرتكب المخالفة وهذا ما نصت عليه المادة 50 من نفس القانون.

---

[1]– عجابي عماد، دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك- مذكرة ماجستير في قانون الأعمال- كلية الحقوق- بن عكنون- السنة الدراسية 2008-2009 ص 28.

وحسب المادة 51 يمكن للموظفين المؤهلين، القيام بحجز البضائع، كما يمكنهم الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن والتخزين والى أي مكان باستثناء المحلات السكنية التي يتم الدخول إليها وفقا لإجراءات حددها قانون الإجراءات الجزائية ويمارسون كذلك أعمالهم خلال نقل البضائع، ويمكنهم أثناء ذلك فتح أي طرد أو متاع بحضور المرسل والمرسل إليه أو الناقل، وهذا ما نصت عليه المادة 52[3].

تختتم التحقيقات المنجزة بتقارير تحقيق، أما تثبيت المخالفات، فيكون عن طريق تحرير محاضر تم تبليغها إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة، والذي يقوم بإرسالها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا، وهذا ما نصت عليه المادة 55[4].

وقد حدد قانون الممارسات التجارية في المواد 56 إلى 59[5] منه شروطا شكلية للمحاضر وتقارير التحقيق، حيث أوجب تحريرها دون شطب أو إضافة أو قيد في الهوامش، تواريخ وأماكن التحقيقات المنجزة والمعاينات المسجلة، وتتضمن هوية وصفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات، وكذا هوية مرتكب المخالفة والأشخاص المعنيين بالتحقيقات ونشاطهم وعناوينهم.

هذا ويتم تصنيف المخالفة حسب أحكام هذا القانون، وفي حالة إمكانية توقيع غرامة المصالحة، يقوم الموظف باقتراح العقوبة.

وفي حالة الحجز، فإنه يجب تبيان ذلك في المحضر ويرفق بوثائق جرد المنتوجات المحجوزة.

ويتم تحرير هذه المحاضر في ظرف 8 أيام ابتداء من تاريخ نهاية التحقيق، ويجب أن توقع من طرف الموظفين الذين عاينوا المخالفة، وهذا تحت طائلة البطلان،

---

[3]-أنظر المادة 52 من قانون الممارسات التجارية.

[4]- أنظر المادة 55 من قانون الممارسات التجارية.

[5]- أنظر المواد من56 إلى 59 من قانون الممارسات التجارية.

ويبين فيها أنه قد تم، إعلام مرتكب المخالفة بتاريخ ومكان تحريرها وقد تم إبلاغه بضرورة الحضور أثناء التحرير، وإذا حضر هذا الأخير تحرير المحضر فإنه يوقعه، وفي حالة غيابه، أو في حالة حضوره ورفضه التوقيع أو معارضته غرامة المصالحة، يقيد ذلك في المحضر[6].

تسجل المحاضر وتقارير التحقيق المحررة من طرف الموظفين في سجل خاص مخصص لهذا الغرض مرقم ومؤشر عليه، ويكون لها حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير[7].

المطلب الثاني: تطبيق العقوبات المقررة في قانون الممارسات التجارية

رتب المشرع بموجب الباب الرابع من قانون الممارسات التجارية، عقوبات على مرتكبي المخالفات المدرجة ضمن هذا القانون، بعضها جزائية (الفرع الأول) وأخرى إدارية (الفرع الثاني)، ولتوضيح ما لهذه العقوبات من دور في حماية المستهلك، سوف نبين فعاليتها في (الفرع الثالث).

الفرع الأول: العقوبات الجزائية

أولا: الغرامـــة

تطرق المشرع في الفصل الأول من الباب الرابع إلى تصنيف المخالفات، وتطبيق العقوبات، وذلك في المواد 31 إلى 38، حيث رتب على ارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون توقيع غرامة على مرتكبها.

لم يتناول المشرع لا في إطار قانون الممارسات التجارية، ولا في قانون العقوبات تعريف الغرامة، ولذلك يمكننا الرجوع في ذلك إلى بعض القوانين المقارنة، ومنها القانون المصري، حيث عرفها في المادة 22 من قانون العقوبات بأنها "**إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى خزينة الحكومة المبلغ المقدر في الحكم الجنائي**"، وهي

[6]- أنظر المادة 57 من قانون الممارسات التجارية.
[7]- أنظر المادة 59 من قانون الممارسات التجارية.

بذلك عقوبة مالية تتوافر فيها مقومات وخصائص العقوبة الجنائية، باعتبار أنها عقوبة جزائية، فإن تقديرها يراعى فيه جسامة الفعل المرتكب ودرجة الإثم والمسؤولية، حتى تحقق غرض العقوبة في الزجر والردع.

وتعتبر الغرامة طبقا لقانون الممارسات التجارية من العقوبات الأصلية، وهو نفس التكييف الذي منح لها في المادة الخامسة من قانون العقوبات، أما عن تكييف المخالفات المنصوص عليها في القانون 04-02، فبالاطلاع على الحد الأدنى للغرامات الموقعة، نلاحظ أن أقل حد أدنى يوقع في حالة ارتكاب مخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، والمقدر بـ 5000 دج، وبالرجوع إلى المادة الخامسة من قانون العقوبات، نجد بأن هذا الحد تكييف من خلاله هذه الممارسة بأنها جنحة، لكون أنها نصت بأنه إذا كانت العقوبة الأصلية غرامة تتجاوز 2000 دج، فتكون عقوبة في الجنح، أما ما قل عن ذلك فيعتبر مخالفة، وعليه يمكن القول بأن جميع المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية هي جنح.

ولقد ميز المشرع بين هذه المخالفات، إذ جعل لكل منها عقوبة خاصة بها، حيث شدد في بعضها العقوبة بالمقارنة مع باقي المخالفات، وذلك على النحو التالي:

- بالنسبة لعدم الإعلام بالأسعار والتعريفات:

نصت عليها المادة 31 "**يعتبر الإعلام بالأسعار والتعريفات مخالفة لأحكام المواد 4، 6 و 7 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من 5000 دج إلى 100 ألف دج**".

بالرجوع إلى المادة 61 من الأمر 95-06 الملغى والتي كانت تتضمن عقوبة نفس المخالفة، نلاحظ أن المشرع في إطار القانون 04-02 قد خفض العقوبة عما كانت عليه، حيث كانت تتراوح بين 5000 و 500 ألف دج.

- **بالنسبة لعدم الإعلام بشروط البيع**:

نصت عليها المادة 32 " **يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادتين 8 و9 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من 10.000 دج إلى 100.000 دج**"، وتعتبر هذه المادة مستحدثة، حيث لم ينص عليها الأمر 95-06 الملغى، وإنما كانت العقوبة على هذه المخالفة مدمجة مع عقوبة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، كما يلاحظ أم المشرع قد رفع الحد الأدنى للغرامة الموقعة في حالة ارتكاب هذه المخالفة بالمقارنة مع سابقتها.

- **بالنسبة لعدم الفوترة** :

نصت عليها المادة 33 "**دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد 10، 11 و 13 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته**".

كما اعتبر المشرع عدم فوترة، تحرير الفاتورة دون ذكر الاسم والعنوان الاجتماعي للبائع أو المشتري، وكذا رقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية، الاسم الدقيق وسعر الوحدة من غير الرسوم للمنتوجات المبيعة أو الخدمات المقدمة[8].

ما يلاحظ على الغرامة المترتبة على ارتكاب هذه المخالفة، أنها تغيرت كليا، حيث كانت تتراوح في إطار الأمر 95-06 الملغى بين 5000 إلى مليون دج، لتصبح مقدرة بـ 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته، وفي هذا تخفيض للعقوبة إذا كان المبلغ صغير القيمة، وتشديد لها إذا كان المبلغ كبير القيمة.

---

[8]- أنظر المادة 34 من قانون الممارسات التجارية.

- **بالنسبة لتحرير فاتورة غير مطابقة:**

نصت المادة 34 " **تعتبر فاتورة غير مطابقة كل مخالفة لأحكام المادة 12 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من 10 آلاف دج إلى 50 ألف دج...**".

ما يلاحظ على هذا النص أنه من جهة يعتبر مستحدثا، حيث جعل المشرع عقوبة تحرير فاتورة غير مطابقة مستقلة عن عقوبة عدم الفوترة، بعد أن كان يعاقب عليها في إطار الأمر 95-06 الملغى بنفس العقوبة، وذلك من خلال المادة 62 منه، ومن جهة أخرى، فقد رفع المشرع الحد الأدنى الغرامة الموقعة في حالة ارتكاب هذه المخالفة، حيث كان يقدر بـ 5000 دج وأصبح يقدر بـ 10 آلاف دج، فيما خفض من الحد الأعلى لها، حيث كان يقدر بـ مليون دج وأصبح يقدر بـ 50 ألف دج.

- **بالنسبة لرفض البيع أو أداء الخدمة:**

اعتبر المشرع هذه الممارسة من قبيل الممارسات التجارية غير الشرعية، والمعاقب عليها بالمادة 35 من القانون 04-02 والتي نصت " **تعتبر ممارسات تجارية غير شرعية مخالفة لأحكام المواد 15 و 16 و 17 و 18 و 19 و 20 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من 100 ألف دج إلى 3 ملايين دج".**

بالنسبة لهذه الممارسة، فقد رفع المشرع كلا من الحد الأدنى والأعلى للغرامة الموقعة في حالة ارتكابها، مقارنة بما كانت عليه في إطار الأمر 95-06، حيث كانت الغرامة تقدر بـ 5000 دج إلى 500 ألف دج، وفي هذا تشديد واضح للعقوبة.

- **بالنسبة لممارسة أسعار غير شرعية:**

تنص المادة 36 " **تعتبر ممارسات لأسعار غير شرعية، كل مخالفة لأحكام المادتين22/ 23 من هذا القانون ويعاقب عليها بغرامة من 20 ألف دج إلى 200 ألف دج".**

تنطوي هذه الممارسة على مخالفة مبدأ حرية الأسعار، والأسعار المقننة، وقد غير المشرع من مقدار الغرامة المقررة عند ارتكابها، حيث رفع الحد الأدنى لها، والذي كان يقدر بـ 5000 دج في إطار الأمر 95-06 الملغى، ليصبح 20 ألف دج، في حين خفض مقدار الحد الأعلى للغرامة، حيث أصبح يقدر بـ 200 ألف دج بعد أن كان يقدر بمليون دج.

وقد عدل القانون 10-06 نص المادة 36، حيث احتفظ بالحد الأدنى للعقوبة في حين رفع الحد الأعلى حيث أصبح يقدر بعشر ملايين دج.

- بالنسبة للاحتكار (حيازة مخزون من المنتوجات بهدف التحفيز على الارتفاع غير المبرر للأسعار)

وقد نصت على العقوبة المقررة لها، المادة 37 من القانون 04-02 بنصها على أنه"**دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع... ويعاقب عليها بغرامة من 30 ألف دج إلى 10 ملايين دج**"، ما يلاحظ هنا أن المشرع قد رفع كلا من الحد الأدنى والأعلى للغرامة المقررة لدى ارتكاب هذه المخالفة، حيث كانت تتراوح بين 10 آلاف إلى مليون دج، وفي هذا تشديد كبير للعقوبة.

- **بالنسبة للممارسات التجارية غير النزيهة والممارسات التعاقدية التعسفية** :

نصت على عقوبتها المادة 38 منه "**تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 و27 و 28 و 29 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من 50 ألف دج إلى 5 ملايين دج...**"، وهي غرامة متوسطة المقدار بالمقارنة مع باقي الغرامات المقررة عند ارتكاب المخالفات السالفة الذكر.

- **بالنسبة لمعارضة المراقبة:**

نصت المادة 59 من القانون 04-02 على معاقبة معارضة مهام أعوان التحقيق بنصها على " **تعتبر مخالفة وتوصف كمعارضة للمراقبة، كل عرقلة وكل فعل من**

شأنه منع تأدية مهام التحقيق من طرف الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، ويعاقب عليها بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين، وبغرامة من مائة ألف دينار إلى مليون دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين".

ما يلاحظ هنا أن المشرع قد رفع كلا من الحد الأدنى والأعلى للغرامة مما كانت عليه في إطار الأمر 95-06 الملغى.

- **إمكانية تخفيض مبلغ الغرامة عن طريق المصالحة**:

تعتبر المصالحة إجراء، يمكن من خلاله للمهني تجنب دفع مقدار الغرامة المقررة في حقه، وذلك بالاستفادة من تخفيض في مقدار الغرامة المحتسبة، إضافة إلى توقيف المتابعة القضائية[9].

تنص المادة 2/60 من القانون 02/04 على أنه "**غير أنه يمكن للوزير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة**...".

إن إجراء المصالحة لم يستحدثه المشرع في إطار القانون 04-02، بل نص عليه منذ إصدار الأمر 95-06 الملغى، حيث كانت تنص عليه المادة 91 وما يليها، ومن استقراء النصين السابقين، فإنه يمكننا تسجيل عدة ملاحظات تخص كيفية تطبيق هذا الإجراء:

أ- من حيث الجهة المختصة بإجراء المصالحة:

بعد أن كان إجراء المصالحة موكلا في إطار الأمر 95-06 الملغى إلى الوزير المكلف بالتجارة أو مدير المنافسة، أصبح في إطار القانون 04-02 موكلا إلى جهتين بحسب مقدار الغرامة، فإذا كانت تقل أو تساوي مليون دج، فإنه يقوم بها المدير الولائي المكلف بالتجارة، وذلك بالاستناد إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين، في حين توكل إلى الوزير المكلف بالتجارة بناء على المحضر المرسل إليه

9- أنظر المادة 5/61 من قانون الممارسات التجارية.

من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة، والمعد من طرف الموظفين المؤهلين إذا تراوحت الغرامة بين مليون و 3 ملايين دينار[10].

ب- من حيث المقدار:

بعد أن كانت المصالحة تقبل إذا كان مقدار الغرامة يقل أو يساوي 500 ألف دينار، أصبح في إطار القانون 04-02 محددة بمقدارين.

ج- ما يلاحظ أيضا أن مجال تطبيق المصالحة في إطار الأمر 95-06 الملغى كان يثير إشكالا فيما يتعلق بشأن إذا كانت العقوبة غير مالية كأن تكون سالبة للحرية مثلا، أو كان بالإماكن العقاب عليها بالعقوبات الواردة في القانون الجبائي، مثل مخالفة عدم تقديم الفاتورة، فالمشرع لم يذكر ما إذا كان بالإمكان الاستفادة من إجراء المصالحة، أما في إطار القانون 04-02، فإن المشرع قد جاء بأحكام تفصيلية أكثر، وذلك بأن حدد الجهات المختصة بحسب مقدار الغرامة المقررة كما أشرنا إلى ذلك آنفا، ولم يصبح الإشكال المتعلق بإمكانية تطبيق العقوبة السالبة للحرية مجالا، إذ ألغيت هذه العقوبة، ولم تعد تطبق إلا في حالة معارضة المراقبة وحالة العود، وهذه الأخيرة يحرم فيها المخالف أصلا من الاستفادة من إجراء المصالحة، بل يرسل المحضر مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعة القضائية.

د- حذف المشرع الفقرة الثالثة من المادة 91 من الأمر 95-06 الملغى، والتي كانت تتضمن حالة عدم الموافقة على المصالحة، في حين نجده قد استبدلها بالفقرة السادسة من المادة 63 والمتضمنة إحالة عدم دفع غرامة المصالحة، وأضاف الفقرة الرابعة من المادة 61 والتي حددت النسبة التي يستفيد منها المهنيون المتابعون في حالة موافقتهم على إجراء المصالحة وهي 20% من مبلغ الغرامة المفروضة عليهم، كما استحدث

---

[10]- أنظر المادة 60 من قانون الممارسات التجارية.

إجراء معارضة المصالحة، ويكون ذلك أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة، وحدد أجله بثمانية أيام ابتداء من تاريخ تسليم المحضر لصاحب المخالفة[11].

كما يمكن لكل من المدير الولائي والوزير المكلف بالتجارة تعديل غرامة المصالحة، وذلك بالنسبة للعقوبات المالية المنصوص عليها في أحكام هذا القانون.

وإن كان إجراء المصالحة قد جاء لحماية مصالح المهنيين، إلا أن هذه الحماية تمتد في الحقيقة لتشمل كذلك المستهلك، وتتمثل هذه الحماية في كيفية الاستفادة من هذا الإجراء من قبل هؤلاء، على اعتبار انه مقيد بشروط ولا يكون عشوائيا، كي لا يكون هناك خرق للقانون، ومن تم زيادة القوة في العلاقة التي تربط المهني بالمستهلك[2].

وتتمثل شروط الاستفادة من إجراء المصالحة طبقا للنصوص المنظمة لها في قانون الممارسات التجارية في:

أ. أن يكون التصرف الذي ارتكبه المخالف يدخل في إطار المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون.

ب. أن تكون الغرامة المقررة في شأن المخالف أقل أو تساوي مليون دينار أو تفوق وتقل عن 3 ملايين دينار.

ثانيا: عقوبات خاصة بحالة العود:

تضمنت المادة 2/47 من القانون 04-02 حالة العود " **يعتبر في حالة العود في مفهوم هذا القانون كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة**".

وقد غير المشرع هذا المفهوم بموجب المادة 2/11 من القانون 10-06 المعدلة للمادة 47 من القانون 04-02 حيث نصت "**يعد حالة عود في مفهوم هذا القانون قيام**

11- أنظر المادة 61 من قانون الممارسات التجارية.

2 – لعجال لمياء- المرجع السابق ص 109.

العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين (02) التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط".

ما يلاحظ أن المشرع قد رفع من مقدار المدة التي يعتبر فيها المهني في حالة عود، وإذا توفرت حالة العود فإنه يتم تطبيق إحدى العقوبات التالية.

أ- مضاعفة الغرامة:

بعد أن مكن المشرع المهني من تجنب دفع مقدار الغرامة المقررة في حقه، وذلك وفقا للشروط المحددة، والتي تعتبر إمكانية لتخفيف العقوبة، فقد استحدث وسيلة مضادة، والتي تتصف بطابع ردعي ومشدد للعقوبة، حيث جعل هذا المقدار قابلا للمضاعفة في حالة العود، ويمتد مجال المضاعفة إلى كل المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية.

ب- المنع من ممارسة النشاط والشطب من السجل التجاري:

إضافة إلى عقوبة الغرامة التي تطبق بصفة أساسية، مكن المشرع القاضي من منع المهني المحكوم عليه من ممارسة النشاط بصفة مؤقتة أو شطب سجله التجاري، وهذا على غرار التشريعات الأجنبية التي درجت على منع المحكوم عليه من ممارسة النشاط، وقد يكون ذلك بصفة مؤقتة، وطبقا لذلك، فإن هذا المنع يؤدي إلى حرمانه من العمل تحت أية صفة في إطار هذا النشاط، حيث تنقطع صفته به[1]، ويعد المنع من ممارسة المهنة أو النشاط من تدابير الأمن، حسب المادة 19 من قانون العقوبات.

ما يلاحظ على نص المادة 47، أن عقوبتي المنع من ممارسة النشاط والشطب من السجل التجاري المترتبتين على حالة العود تتخذان بموجب حكم صادر عن القاضي رغم كونهما عقوبتين ذات طابع إداري، وهذا ما يدل على رغبة المشرع في تشديد العقوبة على المهنيين في حالة العود، وذلك أن توقيع العقوبة من طرف الجهات

---

(1)– د/ محمود محمد عبد العزيز الزيني- المرجع السابق ص 179.

الإدارية يترتب عليه التأثير على السمعة التجارية للعون، في حين أن توقيعها بموجب حكم صادر عنه القضاء يؤثر بالإضافة إلى ذلك على السمعة القانونية.

وقد تضمن القانون 10-06 تحديد مدة المنع من ممارسة النشاط والتي لا تزيد عن 10 سنوات، وذلك بموجب المادة 3/11 من القانون 10-06، بينما لم يتم تحديدها من قبل في إطار القانون 04-02.

ثالثا: توقيع عقوبة الحبس.

تنص الفقرة الرابعة من المادة 47 "**فضلا عن ذلك يمكن أن تضاف إلى هذه العقوبات عقوبة الحبس من 3 أشهر إلى سنة واحدة**".

إن عقوبة الحبس، تعد عقوبة أصلية في مادة الجنح، وذلك طبقا للمادة الخامسة من قانون العقوبات، كما تعد من العقوبات المقيدة السالبة للحرية، أما في إطار قانون الممارسات التجارية فإن هذه العقوبة لم تحافظ على هذا التكييف، كما هو الحال بالنسبة للغرامة، إنما أصبحت عقوبة تخييرية في يد القاضي، بإمكانه تطبيقها في حالة معارضة المراقبة إلى جانب عقوبة الغرامة أو بإحداهما، وفي حالة العود إلى جانب عقوبتي المنع من ممارسة النشاط بصفة مؤقتة وشطب السجل التجاري، بل وزيادة على ذلك فإن الحد الأعلى لهذه العقوبة أصبح يقدر بسنة واحدة، بعد أن كان يمكن أن يصل إلى 5 سنوات في إطار الأمر 95-06 الملغى.

وبموجب التعديل الجديد، فإن المشرع قد عاد إلى رفع الحد الأقصى لهذه العقوبة والمقدر بخمس سنوات، وذلك بموجب الفقرة الأخيرة للمادة 11 من القانون 10-06 وفي هذا تدعيم لحماية المستهلك.

رابعا: إحالة الملف مباشرة إلى القضاء.

تنص المادة 62 من القانون 04-02 "**في حالة العود، حسب المادة 47 (الفقرة2) من هذا القانون، لا يستفيد مرتكب المخالفة من المصالحة، ويرسل المحضر مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعة القضائية**".

اتجه المشرع بموجب المادة 62 إلى تشديد العقوبة على المهني، الذي تتوفر فيه حالة العود بالمفهوم المحدد في المادة 2/47، حيث يستبعد تطبيق العقوبات المدرجة في هذا القانون، ويرسل المحضر المعد من طرف أعوان التحقيق المؤهلين من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا، وهذا في كل المخالفات المحددة في قانون الممارسات التجارية، وهذا يعني تطبيق أحكام قانون العقوبات.

فعلى سبيل المثال تنص المادة 172 من هذا الأخير على ما يلي " يعد مرتكبا لجريمة المضاربة غير المشروعة، ويعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى خمس سنوات وبغرامة من 500 إلى 100 ألف دينار، كل من أحدث بطريق مباشر أو عن طريق وسيط رفعا أو خفضا مصطنعا في أسعار السلع أو البضائع...

1- بترويج أخبار أو أنباء كاذبة أو مغرضة عمدا بين الجمهور.

2- أو بطرح عروض في السوق بغرض إحداث اضطراب في الأسعار..."

إن العقوبة الأصلية لهذه المخالفات طبقا لقانون الممارسات التجارية هي الغرامة المالية، ولكن قد تتحول إلى جريمة إذا توفرت العناصر المكونة لها[1] إضافة إلى توفر حالة العود، وهنا يتبين لنا أنه عوض أن تكون العقوبة غرامة مالية مع إمكانية توقيع عقوبة تكميلية، تصبح هذه العقوبة غرامة ومدة حبس قد تصل إلى 5 سنوات، بل

---

[1]– لطاش نجية- المرجع السابق ص 41.

وزيادة على ذلك، فقد يمنع مرتكب المخالفة من الحقوق المذكورة في المادة 14 من قانون العقوبات لمدة قد تصل إلى 10 سنوات، وذلك طبقا للمادة 23 من نفس القانون، وهذا ما نصت عليه المادة 174، وهنا يظهر لنا تشديد العقوبة.

الفرع الثاني: **العقوبات الإدارية**.

تضمن الفصل الثاني من الباب الرابع لقانون الممارسات التجارية، الجزاءات ذات الطابع الإداري والمتمثلة في:

أولا: **الحجز على البضائع والتجهيزات**.

إذا اتضح للأعوان المكلفين بالتحقيق أن المهني قد ارتكب مخالفة للمواد المذكورة في المادة 39 وهي المواد 10 و 11 و 13 و 14 و 20 و 22 و 23 و 24 و25 و 26 و 27 (2و7) و 28، فإنه يمكنهم القيام بحجز البضائع، وكذا حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها، مع الأخذ بعين الاعتبار حقوق الغير حسن النية، وتكون المواد المحجوزة محل محضر معد وفق إجراءات محددة عن طريق التنظيم.

وقد تمت إضافة المواد 4 و 5 و 6 و 7 و 8 و 9 و 12 إلى المواد سابقة الذكر وذلك بموجب المادة الثامنة من القانون 10-06 التي تتضمن تعديل المادة 39 من القانون 04-02.

وحسب المادة 40 من القانون 04-02، فإن الحجز يكون:

أ- عينيـ ـا:

وهو على حد تعبير المادة كل حجز مادي للسلع، وفيه تشمع المواد بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين، وطبقا للمادة 41، توضع هذه المواد تحت حراسة مرتكب المخالفة إذا كان يمتلك محلات للتخزين، إما إذا لم يكن ممتلكا لهذه الأخيرة، فإن الحراسة توكل إلى إدارة أملاك الدولة، والتي تقوم بتخزينها في أماكن تختارها،

وتكون المواد المحجوزة تحت مسؤولية حارس الحجز إلى غاية صدور قرار العدالة، وتقع على عاتق مرتكب المخالفة التكاليف المرتبطة بالحجز.

ب- **اعتباريـا**:

وهو حسب المادة 40 سالفة الذكر، كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما، ففي هذه الحالة، وطبقا للمادة 42 من نفس القانون، فإنه يتم تحديد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة، أو بالرجوع إلى سعر السوق، ويدفع المبلغ الناتج عن بيع السلع موضوع الحجز الاعتباري إلى الخزينة العمومية.

وتتبع نفس الإجراءات في حالة الحجز العيني، وذلك عندما لا يمكن لمرتكب المخالفة تقديم المواد المحجوزة الموضوعة تحت الحراسة.

هذا ويمكن للوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر دون المرور بالإجراءات القضائية المسبقة، البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزايدة للمواد المحجوزة، وفي هذه الحالة يودع المبلغ الناتج عن هذا البيع لدى أمين خزينة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة أو تحويلها مجانا إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الاجتماعي والإنساني مثل دور الرحمة أو مؤسسات الطفولة المسعفة أو الجمعيات الخيرية، وإذا اقتضى الأمر يتم إتلافها من قبل مرتكب المخالفة، وهذا بحضور المصالح المؤهلة وتحت مراقبتها، وقد نصت على هذه الحالة المادة 43 من القانون 04-02، وذلك في حالات محددة على سبيل الحصر، وهي كون هذه المواد سريعة التلف أو إذا اقتضت ذلك حالة السوق أو لظروف خاصة، ولكن لم تحدد المادة ما هي الظروف الخاصة وطبقا للمادة 45، فإنه في حالة صدور قرار يقضي برفع السيد على الحجز، فإن السلع المحجوزة تعاد إلى صاحبها، وتتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز، وإذا كان موضوع هذا القرار مواد تم بيعها أو التنازل

عليها مجانا أو تم إتلافها، فإن صاحب المخالفة يستفيد من تعويض بقيمة السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرفه أثناء الحجز، كما له أن يطلب من الدولة منحه تعويضا عن الضرر الذي لحقه من جراء تنفيذ هذا الإجراء في حقه.

ثانيـا: المصـادرة

تتضمن المصادرة في القوانين الجنائية إضافة أموال معينة ذات علاقة بالجريمة إلى ملكية الدولة، وتشكل المصادرة عقوبة جنائية، كما تعد إجراء من إجراءات الأمن. وتنصب المصادرة على أشياء تجوز حيازتها، وتكون هذه الأشياء في حوزة المحكوم عليه، وتعد عقوبة تكميلية ويقضي بها وجوبا في أغلب الأحيان، وأحيانا تكون تخييرية يترك الحكم بها للقاضي[1].

وقد عرفتها المادة 15 من قانون العقوبات المعدلة بموجب القانون06-23[2] بأنها " **الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة**"، وقد مكن القانون 04-02 بموجب المادة 44 منه أن يحكم القاضي بمصادرة السلع المحجوزة في حالات معينة ذكرها على سبيل الحصر.

وقد تم تعميم الحكم بالمصادرة على كل المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون وذلك بموجب المادة 9 من القانون 10-06 التي تعدل المادة 44 من القانون 04-02.

وإذا كانت المصادرة تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني، فإن هذه المواد تسلم إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفقا للإجراءات المعمول بها، والمحددة في قانون الإجراءات المدنية والنصوص المطبقة عليها.

---

(1)- د/ محمود محمد عبد العزيز الزيني- المرجع السابق ص 49.

(2)– القانون 06-23 المؤرخ في 2006/12/20 – ج ر عدد 84.

أما في حالة الحجز الاعتباري، فتكون المصادرة على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها ومنذ صدور حكم القاضي بالمصادرة، فإن مبلغ بيع السلع المحجوزة يصبح ملكا مكتسبا للخزينة العمومية.

ثالثـ ـا: الغلق الإداري للمحلات التجارية

إضافة إلى عقوبتي الحجز والمصادرة، نصت المادة 46 من قانون الممارسات التجارية على إمكانية تطبيق عقوبة الغلق الإداري للمحلات التجارية، وهذا لمدة لا تتجاوز الثلاثين يوما، وذلك عند ارتكاب المهني لإحدى المخالفات المنصوص عليها في المواد المشار إليها والتي تقابل عدم الفوترة، ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة المحددة قانونا، ممارسة أسعار غير شرعية، ارتكاب الممارسات التجارية التدليسية، ارتكاب الممارسات التجارية غير النزيهة، وأخيرا معارضة المراقبة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق.

مما يلاحظ أن المشرع قد غير الجهة المختصة بإصدار قرار الغلق الإداري، إذ أنه في إطار الأمر 95-06 الملغى، كان قرار الغلق يصدر بموجب مقرر صادر عن الوزير المكلف بالتجارة، ويكون التنفيذ بقرار صادر عن الوالي المختص إقليميا، أما في إطار القانون 04-02، فإن قرار الغلق أصبح من اختصاص الوالي، بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة.

وقد تم تعديل المادة 46 بموجب المادة العاشرة من القانون 10-06، حيث تمت إضافة المواد 4 و 5 و 6 و 7 و 8 و 9 و 12 إلى المواد السابقة.

والسؤال المطروح، هل يمكن للوالي إصدار قرار الغلق بمحض إرادته، أي هل أن الاقتراح الصادر من المدير الولائي المكلف بالتجارة ملزم أو غير ملزم لإصدار قرار الغلق؟

هذا ويكون قرار الغلق قابلا للطعن أمام العدالة، وفي حالة إلغائه يمكن للمهني المتضرر من صدور القرار، المطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه، وذلك أمام الجهات القضائية المختصة.

رابعـــا: نشـــر القـــرار

يعد نشر الحكم الصادر بالإدانة جزء مكملا للجزاء الأصلي، ونادرا ما ينص عليه في القانون العام، إلا أنه يغلب النص عليه في قوانين حماية المستهلك، لما له من أثر فعال في مكافحة جرائم الإضرار بالمستهلك، حيث يصيب المحكوم عليه في شرفه واعتباره، لذلك لا يجوز الحكم به إلا إذا نص المشرع على ذلك صراحة.

والنشر قد يكون بالإعلان على واجهة المنشأة أو في الصحف أو الإذاعة المرئية والمسموعة، وذلك لإعلام المستهلكين والمتعاملين بالجرائم المرتكبة بما يحقق الهدف من العقوبة والمتمثل في فقدان الثقة في مرتكب الجريمة، وحرمانه أو تقليل حجم مكاسبه المالية في المستقبل نتيجة لعزوف الجمهور عن التعامل معه، ولهذا حرصت التشريعات المقارنة[1] على الأخذ بهذا الجزاء في قوانين حماية المستهلك[2].

أما القانون 04-02، فقد نص على هذا الجزاء بموجب المادة 48 " يمكن الوالي المختص إقليميا وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة، وكذا المحكوم عليه نهائيا بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددانها.

---

(1)- منها القانون الفرنسي، وذلك في المادة 3/216 من قانون الاستهلاك، والقانون المصري، وهذا في المادة 8 من القانون رقم 48 لسنة 1941 والمعدلة بالقانون رقم 281 لسنة 1994.

(2)- د/ أحمد محمد محمود علي خلف- المرجع السابق ص 474.

ما يلاحظ أن المشرع قد خول جهتين بنشر قراراتهما، وهما الوالي المختص إقليميا، وهو الجهةالإدارية والقاضي وهو سلطة قضائية[1]، ومنحهما السلطة التقديرية الكاملة في توقيع هذه العقوبة، حيث أنه لم يحدد المدة التي يتم خلالها نشر القرار[2]، ولا الأمكنة التي يتم فيها ذلك حسب ما جاء في المادة[3].

الفرع الثالث: **فعالية الجزاءات في حماية المستهلك**.

جاءت التشريعات الاقتصادية تهدف إلى حماية المستهلك مشفوعة بنصوص جزائية، وجزاءات لإرساء هذه الحماية ودعمها، ومن هنا فإن المشرع عندما يجرم بعض الأفعال، فهو يهدف من وراء ذلك إلى وضع نظام زجري كامل، قصد فرض احترام التشريعات، وحماية الوضعيات الاجتماعية والاقتصادية، وبذلك نستطيع أن نحمي المستهلك باعتباره الركن الرئيسي في اقتصاد السوق، وتحريك الدورة الاقتصادية[4]، وكما رأينا فإن قانون الممارسات التجارية، وباعتباره تشريعا اقتصاديا تضمن جزاءات مشددة بالمقارنة مع تلك التي تضمنتها القواعد العامة، حيث حاول المشرع منح حماية أكثر للمستهلك، وعلى سبيل المثال، فإن عقوبة وجود الشرط التعسفي في العقود المبرمة بين المهنيين والمستهلكين لم تعد تنصب فقط على إبطال الشرط التعسفي وحسب، وإنما أصبحت غرامة تفرض على مرتكب المخالفة، وهذا بالإضافة إلى إمكانية تطبيق العقوبات التكميلية، وقد تصل إلى تطبيق عقوبة الحبس في حالة العود.

---

[1] – في هذا الصدد منح كل من القانون الفرنسي والمصري هذه السلطة للمحكمة.

[2] – حدد المشرع الفرنسي هذه المدة بسبعة أيام كحد أقصى.

[3] – بخصوص الأمكنة التي يتم فيها نشر القرار حدد المشرع الفرنسي بعض الأماكن على سبيل المثال أو بصفة خاصة على حد تعبير المادة 3/216 وهي واجهات المحلات والمصانع وأماكن التشغيل الخاصة بالمحكوم عليه.

[4] –د/ العيد حداد – الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق – رسالة دكتوراه – كلية الحقوق – بن عكنون – سنة 2002 – ص 215 .

كما حرصت هذه التشريعات على فرض الغرامات المالية[1]، ورفع حدودها الدنيا والقصوى إلى قيمة مالية كبيرة حتى يمكن تحقيق التوازن بين الأخطار والأضرار الناجمة عن الجريمة وبين العقوبة المقضي بها بما يحقق الردع[2]، ففي فرنسا مثلا فإن قانون الاستهلاك لسنة 1993 يعاقب بغرامة تصل إلى 500 ألف فرنك فرنسي في جريمة الخداع والغش إذا كانت وسائلها من شأنها أن تجعل استخدام البضاعة خطرا على صحة الإنسان.

وقد يحكم على الشخص بمصادرة الأملاك التي لها صلة بالفعل المرتكب، ويقصد من وراء هذه العقوبة إيلام الجاني من الناحية المالية، بانتقاص مال يخرج من ذمته المالية، وحرمانه منه، بل أن بعض تشريعات حماية المستهلك قد جعلتها عقوبة وجوبية[3].

كما أن الغلق يعد عقوبة فعالة في منع تكرار المخالفة في المستقبل، والحيلولة دون وقوعها من جديد، لذلك نجد أن كافة قوانين الاستهلاك تستعين بهذه العقوبة بهدف حماية المستهلك بصفة خاصة وحماية اقتصاد الدولة بصفة عامة، كما أن المنع من ممارسة النشاط يساهم في حرمان المحكوم عليه من تحقيق الربح لفترة معينة.

وقد تشدد العقوبة لتصل إلى حد سلب حرية المحكوم عليه، وذلك بتوقيع عقوبة الحبس والتي تختلف مدتها من تشريع لآخر.

من هنا تظهر الفعالية المترتبة عن وجود مثل هذه الجزاءات في حماية المستهلك، إذ أن المهني بوجود هذه العقوبات يكون عاملا ردعيا من إقدامه على هذه المخالفات في ممارسته التجارية، والحرص على شرعية علاقاته التجارية مع المستهلك، سواء كانت عقدية أو غير عقدية، كما تمكن هذه الجزاءات من إغلاق المجال أمام المنتج أو

---

[1] – في اليونان قد تصل الغرامة المحكوم بها في جرائم التلاعب بالأسعار ونظام السوق إلى مليون دراخمة، وفي اليابان تصل ثلاث ملايين ين.

[2] – د/ العيد حداد- المرجع السابق ص 215.

[3] – د/ أحمد محمد محمود علي خلف- المرجع السابق ص 457

الموزع المحترف الذي يسعى بما يتمتع به من قدرات للهيمنة على العلاقة الاستهلاكية والعقد الذي يبرم بشأنها[1].

المبحث الثاني: المسؤولية المدنية للمهني

تعد المسؤولية المدنية المترتبة عن الاخلال بالالتزامات المقررة في قانون الممارسات التجارية اشكالية تطرح نفسها في ظل غياب نصوص قانونية منظمة لها، حيث وجدنا أن المشرع قد اكتفى في ظل هذا القانون بالنص على العقوبات ذات الطابع الجزائي، و رغم أهمية هذه الأخيرة و ضمانها لقدر من الحماية للمستهلك، إلا أنها لابد أن تستكمل بوجود عقوبات مدنية نظرا لتمام الأضرار التي تلحق بالمستهلك جراء هذه المخالفات، و كذا ما بنجم عن العقود المبرمة بين المهنيين و المستهلكين.

لأجل ذلك سوف نحاول البحث عن هذه الجزاءات في ظل القواعد العامة و النصوص الخاصة بحماية المستهلك باعتبارها المرجع في حالة غياب النصوص الخاصة و طبيعة هذه المسؤولية ، و عليه سوف نقسم دراسة هذا المبحث إلى ثلاث مطالب نتعرض في أولهم إلى المسؤولية المدنية للمهني قبل التعاقد و في الثاني إلى المسؤولية المدنية للمهني بعد التعاقد و في الثالث نتعرض إلى التعويض و مستحقه حسب ما ورد في قانون الممارسات التجارية .

المطلب الأول: المسؤولية المدنية للمهني قبل التعاقد

تعد المرحلة السابقة على ابرام العقد من أهم المراحل و أخطرها بما تتضمنه من تأثير على رضا المستهلك و حريته التعاقدية و كذا تحديد لمعظم حقوق أطراف العقد و التزاماتهم و بما ينشأ عن ذلك من مشكلات قانونية، و من ثم ينبغي حماية المستهلك في

---

[1] د/ جمال النكاس- حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي مجلة الحقوق- السنة 13- عدد 2 يونيو 1989 ص 98.

هذه المرحلة بوصفها المرحلة التي تضع أسس التعاقد، و بما أن العلاقة بين المهني و المستهلك تتسم بعدم التوازن ابتداءا فإن محاولة تحقيق التوازن تكون بحماية الطرف الضعيف و هو المستهلك، و عليه سوف ندرس جوانب المسؤولية في هذه المرحلة و ذلك في فرعين نتعرض في أولهما إلى جزاء إخلال المهني بالتزاماته قبل التعاقد و في الثاني نتعرض إلى طبيعة المسؤولية.

الفرع الأول: جزاء إخلال المهني بالتزاماته قبل التعاقد

لم يعتن المشرع بتنظيم الجزاء المدني المترتب على الإخلال بالالتزامات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية في المرحلة السابقة على التعاقد، و ما يمكن استخلاصه من مضمون المادة 3/65 من هذا القانون أن المشرع مكن المستهلك الذي يصيبه ضرر نتيجة ارتكاب المهني لإحدى المخالفات أن يطالب بالتعويض على أساس إخلال المهني بالتزامه طبقا لقواعد المسؤولية.

-بالنسبة للإخلال بالالتزام بالإعلام: فإن مقتضيات حماية المستهلك توجب التشدد في معيار علم المهني بالبيانات و المعلومات كشرط لقيام الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام حتى لو أدى ذلك إلى إلزام المهني بالاستعلام عن تلك المعلومات من أجل الإفضاء بها للمستهلك[1] حيث لا يكفي أن يثبت المهني أنه بدل العناية اللازمة في إيصال البيانات و المعلومات إلى المستهلك ، بل يجب أن يتم تنفيذه طبقا لما جاء في القانون[2].

-بالنسبة لقيام المهني بإشهار مضلل: إن وصف هذا الإشهار بالتضليل يعني وجود خطأ من جانب القائم به، يتضمن سعي هذا الأخير إلى خداع المستهلك

---

(1) – موفق حماد عبده- الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة-منشورات زين الحقوقية-الطبعة الأولى-2011 ص 108.

(2) د/ب- مواك-الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري- مقال منشور بالمجلة الجزائرية – العدد 2 1999 ص 38

تضليله، وذلك من خلال عمله على إبراز صفة أو أكثر في السلعة أو الخدمة المعلن عنها، و غالبا ما تكون هذه الصفة جوهرية بالنسبة للمستهلك، حيث تدفعه إلى التعاقد معتقدا أنها تلبي حاجاته التي يرمي إليها، و الحقيقة خلاف ذلك.

و يترتب على وجود هذا الاختلاف بين حقيقة مقومات السلعة أو الخدمة، و بين الصورة المعلن عنها إلحاق ضرر بالمستهلك بما يحقق شروط قيام مسؤولية المهنيين فيكون للمستهلك الحق في هذه الحالة المطالبة بالتعويض.

بالنسبة للممارسات التجارية غير الشرعية:

1-رفض البيع أو تقديم الخدمة: كما سبق لنا ذكره، فإن للمستهلك في حالات عديدة يواجه بامتناع المنتج أو الموزع أو مقدم الخدمة عن التعامل معه، سواء لأسباب عرقية أو احتكارية و هذا يعني الامتناع عن بيع السلع أو تقديم الخدمات للمستهلكين في حين التعامل مع البعض الآخر.

إن هذا الامتناع يسبب أضرارا للمستهلك، فبالإضافة إلى الضرر المعنوي فقد يرتب أضرارا مادية، كأن يضطر المستهلك إلى الانتقال لمنطقة أخرى لاقتناء دواء يحتاج إليه بإلحاح مثلا أو حتى أضرارا جسمانية(صحية) نتيجة اصطدامه برفض تقديم علاج مستعجل من قبل إحدى العيادات الطبية.

و نظرا لأن فعل الرفض أو الامتناع يقع في المرحلة السابقة على التعاقد بين المهني و المستهلك، فإنه يكون من حق هذا الأخير المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تصيبه.

2- البيوع المقترنة: هذه البيوع تعتمد على أساليب الإعلانات و الإشهارات، و الترويج و الأساليب الفنية للعرض و التقديم، بعد أن تقاربت أو تساوت المنتجات و

الخدمات من حيث السعر و الجودة و النوعية، و هو ما دفع بالتجار إلى ابتكار الأساليب المختلفة للتسويق، و دفع المستهلكين إلى الشراء[1].

و في مرحلة ما قبل التعاقد يسبب عرض المكافأة على المستهلك أضرارا بهذا الأخير، حيث يؤدي إلى دفعه للحصول على سلعة هو في غنى عنها، بالإضافة إلى جعله يفكر في المكافأة، بدلا من أن يفكر في المواصفات والنوعية.

أما عن البيع الملازم أو المزدوج، ففي هذه المرحلة يؤدي إلى عزوف المستهلك عن اقتناء حاجاته بحرية و، و هو ضرر معنوي، يمكن المطالبة بالتعويض عنه.

إن طلب التعويض في كل الحالات السابقة، يتم استقلالا، و دون تداخل مع دعوى تنفيذ الالتزام التعاقدي، حيث أن لكل منها نطاقها الخاص من حيث الشروط و الأهداف، فالتعويض في هذه المرحلة أي مرحلة ما قبل التعاقد هي مكنة أعطاها المشرع للمستهلك يستطيع بمقتضاها جبر الأضرار الواقعة عليه كأثر قبل دخوله في علاقة تعاقدية مع المهني، و بالنسبة لدعوى التعويض التي يرفعها المستهلك في هذه الحالات تقوم لمجرد قيام المهني بالمخالفات السابقة الذكر نظرا لطابعها الاحتيالي، و حتى إذا كانت الأضرار المترتبة عنها غير جسيمة.

الفرع الثاني: طبيعة المسؤولية

يذهب معظم الفقه إلى أن المسؤولية الناشئة عن إخلال المهني بالالتزامات قبل التعاقد هي مسؤولية تقصيرية، لكونها مسؤولية قائمة بحكم القانون، نتيجة الإخلال بالواجب القانوني الذي يخضع له كل شخص و هو عدم الإضرار بالغير، و هذه المسؤولية تستوجب التعويض، و من ثم يجب إثبات جميع أركان المسؤولية التقصيرية.

---

(1)- د/ عبد المنعم موسى ابراهيم- حماية المستهلك - دراسة مقارنة – منشورات الحلبي الحقوقية – الطبعة الأولى – 2007 ص 422

فبالنسبة للالتزام بالإعلام فقد اتجه أغلب الفقهاء[1] إلى أن المسؤولية الناشئة عن إخلال المهني بهذا الالتزام قبل التعاقد هي مسؤولية تقصيرية كونها تقوم بحكم القانون و ليس على أساس تصرفه الباطل و يبررون رأيهم هذا بأن الرضا هو أحد أركان العقد لم يتحقق بعد، حيث أن الالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة على التعاقد لا يمكن أن ينشأ قبل نشوء أصله، و أن ينشأ الالتزام قبل نشوء مصدره، فالعقد لم يبرم حتى يمكن القول بأن هذا الالتزام هو التزام عقدي[2].

و بعد الالتزام بالإعلام التزام مستقل عن العقد و سابق له، و هو كمثله من الالتزامات الأخرى التي تنشأ بنص قانوني، و القانون عندما ينشأ التزاما معينا، فإنه يهدف إلى أغراض اجتماعية، و اقتصادية و أدبية، و هو عندما أنشأ الالتزام بإعلام المستهلك كان غرضه اجتماعيا، و هو حماية هذا الأخير من الغش الذي يمكن أن يصدر من المهني[3]، و عليه فإن الإخلال بهذا الالتزام في المرحلة السابقة على التعاقد يكون التعويض عنه استنادا إلى المادة 124 من القانون المدني.

و بالنسبة للإشهار المضلل، فإن العرض المقدم لجمهور المستهلكين قبل التعاقد قد يسبب أضرارا لهؤلاء و لهم أن يرفعوا دعوى للمطالبة بالتعويض عن الأضرار المترتبة عن استعمال وسائل احتيالية استنادا إلى قواعد المسؤولية التقصيرية[4].

و في هذا الصدد فقد أصدرت محكمة باريس حكما بتاريخ 4 أكتوبر 1977 يقضي بأن

---

(1)- يرى البعض القليل من الفقه أن مسؤولية المهني عن الإخلال بالالتزام بالاعلام قبل التعاقد عقدية، و منهم الفقيه الألماني "إهرنج" حيث يعتبرون أن الخطأ في مرحلة التفاوض هو خطأ عقدي يؤدي إلى تطبيق أحكام المسؤولية العقدية، و أن هذا الخطأ يرتب للمضرور حق المطالبة بالتعويض عن الخطأ كعقد لا كواقعة مادية، بافتراض وجود عقد سابق على العقد الأصلي هو عبارة عن عقد ضمان مفترض مصدرا لهذا الالتزام.

(2)- د /موفق حماد عبده – المرجع السابق ص 123.

(3)- د/ موالك – ب – المرجع السابق ص 39.

(4)- د/ موفق حماد عبده – المرجع السابق ص 87.

الإشهار الذي يؤدي إلى زرع الالتباس في ذهن المستهلك يرتب خطأ تقصيريا [1] .

أما بالنسبة للممارسات غير الشرعية فالأكيد أن مجرد عرض المكافأة على المستهلك أو اشتراط البيع بفرض شروط تمييزية أو رفض البيع أو أداء خدمة يسبب أضرارا لهذا الأخير في المرحلة السابقة على التعاقد كما سبقت لنا الإشارة إليه، و عليه يكون جبر هذه الأضرار استنادا إلى قواعد المسؤولية التقصيرية بناءا على الالتزام الذي فرضه القانون و هو الامتناع عن ارتكاب هذه الممارسات.

إن الاستناد إلى قواعد المسؤولية التقصيرية في التعويض عن الأضرار الناجمة في المرحلة السابقة على تعاقد المهني مع المستهلك يتضمن فائدة كبيرة لهذا الأخير، حيث لا يمكن للمهني الإعفاء من المسؤولية أو التخفيف منها، كما أن قواعد هذه المسؤولية تسمح للمضرور أن يعوض عن كل الأضرار التي تلحقه سواء كانت متوقعة أو غير متوقعة[2].

المطلب الثاني: المسؤولية المدنية للمهني بعد التعاقد

إن المسؤولية المدنية للمستهلك في المرحلة اللاحقة لإبرام العقد، تتعلق بمرحلة تنفيذ العقد، و ما قد يصاحب ذلك من الملابسات، ذلك أن حاجة المستهلك للحماية تكون قائمة بعد إبرام العقد، مثلما هي قائمة قبل إبرامه، و تأسس هذه الحماية على ذات الأسس و المبررات التي تقوم عليها الحماية السابقة، و لعل من أهم صيغ الحماية التي يحظى بها المستهلك بعد إبرام العقد هي حمايته من الآثار السلبية الناتجة عن العقد.

و عليه سوف نقسم دراسة هذا المطلب إلى فرعين، نتعرض في الأول إلى جزاءات إخلال المهني بالتزاماته بعد التعاقد، بينما نتعرض في الثاني إلى طبيعة المسؤولية.

الفرع الأول: جزاء إخلال المهني بالتزاماته بعد التعاقد

قد يصل الأمر إلى إبرام عقد الاستهلاك، و يتعاقد المستهلك واقعيا ضحية للممارسات

---

(1)- CA Paris- 4/10/1977 – Gazette du Palais – Panorama de Jurisprudence de la cours de cassation – 98 année N^0 1 – Receuil Bimestriel-janvier –février 1978 p 472.

(2) -د/ حامق ذهبية – المرجع السابق ص 298.

المحظورة، لذا ينبغي إحاطته بالحماية، و بما أن المشرع قد أغفل بيان الجزاء المدني المترتب على وجود المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية ضمن العقود المبرمة بين المهنيين و المستهلكين، فإن الفقه قد انقسم بين مؤيد لتطبيق الجزاءات الواردة في القانون المدني و معارض لذلك و القول بإبطال هذه العقود لمخالفتها النظام العام، وعليه سوف نستعرض هذه الحلول فيما يلي:

أولا: إبطال العقد

أ:إبطال العقد على ضوء القواعد العامة

1- قابلية العقد للإبطال طبقا لنظرية عيوب الرضا: يكون العقد قابلا للإبطال إذا كان رضا أحد المتعاقدين مشوبا بعيب من عيوب الرضا.

1.1/ إبطال العقدين للتدليس: يمكن إبطال العقد بسبب التدليس في بعض المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية و هي:

- **عدم الالتزام بإعلام المستهلك:**

إن الالتزام بإعلام المستهلك هو التزام يتعلق بتنوير المستهلك حتى يقدم على التعاقد عالما بظروفه، وخصائص المنتوج أو الخدمة محل العقد، لذا فإن الإخلال به يؤثر على رضا المتعاقد بما يؤدي إلى تعيب الإرادة[1]، فإذا أبرم عقد الاستهلاك، و تعاقد المستهلك بناءا على بيانات كاذبة أو غير كافية، فإن هذا العقد يكون قابلا للإبطال استنادا إلى المادتين 86 و 87 من القانون المدني، حيث أن التدليس هو إيقاع المستهلك في غلطة تدفعه إلى إبرام العقد، و له عنصران، عنصر مادي و هو استعمال طرق احتيالية، و عنصر نفسي و هو نية التضليل لدى المهني، و الطرق الاحتيالية قد تقتصر على كتمان الحقيقة على المستهلك، و إخفاء بيانات لو اطلع عليها و علمها لما أقدم على التعاقد، و قد تكون بيانات كاذبة مغرية، تحمل بحكم الكذب المستهلك إلى التعاقد،

---

(1) - د/ عبد المنعم موسى ابراهيم – المرجع السابق ص 380.

حيث لولا الكذب لما تعاقد، و إذا وقف الأمر عند حد الكتمان أو الكذب كان هذا تدليسا مدنيا يرتب قابلية العقد للإبطال لمصلحة المستهلك بشرط أن يثبت نية التضليل لدى المهني، و بشرط أن يكون
التدليس هو الدافع إلى التعاقد، و للقاضي السلطة التقديرية في ذلك، فهو الذي يقرر حسب الظروف التي تحيط بالأطراف مدى أثر الكتمان أو الكذب في نفس المستهلك[1].

- **القيام بإشهار مضلل أو تقليد العلامة أو المنتوج:**

تكمن حماية المستهلك من الإشهار المضلل استنادا إلى أحكام التدليس متى توفرت عناصره التي سبقت الإشارة إليها، لاعتبار أن صاحب الإشهار يعمل على تضمين إشهاره بتصريحات و بيانات على غير مظهرها الحقيقي ، أو العمل على ذكر عناصر تؤدي إلى وقوع المستهلك في الالتباس مع منتوجات أو خدمات أخرى ، و هذا ما يشكل الجانب الاحتيالي الذي يستهدف التأثير على إرادته من أجل دفعه إلى التعاقد.
أما نية التضليل فتظهر عن طريق المبالغة في وصف مزايا المنتوج أو الخدمة، و إضافة أحسن الأوصاف، مما يؤدي إلى إيهام المستهلك بأمور ليس لها وجود أصلا، و إذا قدر القاضي وجود عناصر التدليس، كان له تقرير إبطال العقد لمصلحة المستهلك .
و نفس القول ينطبق في حالة تقليد العلامة أو المنتوج، حيث يؤدي استعمال الطرق الاحتيالية المتمثلة في التقليد بأوجهه المذكورة سابقا إلى خداع المستهلك، و عليه فلا يلزم أن يكون ثمة تطابق بين العلامتين، بل يكفي وجود تشابه يؤدي إلى الخلط و التضليل، و اللبس بين المنتوجات عند المستهلك، و في هذا الصدد أصدرت محكمة الاستئناف اللبنانية حكما بتاريخ 13 جوان 1968 حكما يقتضي بأنه« إذا كان التشابه

---

(1)- د/ موالك .ب – المرجع السابق ص 39.

بالاسم على درجة كافية لخلق الالتباس في ذهن المستهلك، كان ذلك كافيا للقول بوجود ضرر محتمل»[1] .

2.1- إبطال العقد للغلط:

إن المستقر عليه هو أن الغلط الذي يعيب التراضي هو الغلط الجوهري، و هذا سواء في صفة الشيء الجوهرية و تكون هذه الصفة هي الدافع إلى التعاقد، بحيث ما كان ليبرم العقد لو لم يقع في الغلط، و يمكن إبطال العقد للغلط في حالتي:

- عدم الإعلام: في هذه الحالة يحق للمتعاقد الذي وقع في الغلط بسبب عدم إعلامه بهذه الصفات الجوهرية أن يطلب إبطال العقد[2].

- **تقليد العلامة أو المنتوج**: كما يمكن للمستهلك الذي وقع في الغلط بسبب التقليد في العلامة أو المنتوج ، و كان هذا الغلط هو الدافع إلى التعاقد.

وفي هاتين الحالتين يمكن إبطال العقد طبقا للمادة 81 من القانون المدني التي تنص على ما يلي :« يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري أن يطلب إبطاله ».

- **قابلية العقد للإبطال بسبب إخلال البائع بالتزاماته بالإعلام** (إذا كان العقد المبرم بين المهني و المستهلك عقد بيع).

لم يكتف المشرع بالقواعد العامة التي تشترط أن يكون محل التزام معينا فقط، بل اشترط أيضا أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، لأن تعيين الشيء لا يكفي لتحقيق علم المشتري، و بالتالي اشترط بموجب المادة 352 من القانون المدني لأن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، و لتحقيق هذا العلم، يجب أن يشتمل العقد على بيان كاف لأوصاف المبيع الأساسية، تمكن المشتري من التعرف عليه، فإذا كان المشتري عالما بالمبيع سقط حقه في طلب الإبطال.

---

(1)- د/ ندى البدراوي – أحكام المسؤولية – المؤسسة الحديثة للكتاب – طرابلس- لبنان – الطبعة الأولى 1998 ص -376 – محكمة الاستئناف المدنية – الغرفة التجارية الأولى – قرار رقم 916 صادر في 1968/6/13.

(2)– د/ حامق ذهبية - المرجع السابق ص 118.

و إن كان أغلب الفقهاء إتفقوا على أن نص المادة 352 من القانون المدني يكرس الالتزام بالإعلام على عاتق البائع، فإذا أثبت المشتري أنه لم يكن عالما بالصفات الأساسية للمبيع وقت إبرام العقد، فله حق طلب الإبطال، فإنهم لم يتفقوا على أساس هذا الإبطال.

و زيادة على عدم استقرار الفقه في مسألة الحكم بالإبطال، فإن القضاء الفرنسي أيضا غير مستقر بخصوص هذه المسألة حيث اعتبرت محكمة النقض الفرنسية في أحد أحكامها بتاريخ 1986/11/16[1] بأنه إضافة إلى العقوبة الجزائية ، إذا كانت الأسعار التي يتعامل بها المهني أعلى من الأسعار المعلن عنها في أماكن البيع، فإن هذه المخالفات ترتب المسؤولية المدنية للمهني، حيث يمكن للطرف المدني أو جمعيات حماية المستهلك المطالبة بالتعويض، و ذلك طبقا للقواعد العامة، و قد رفضت عدة مرات الحكم بإبطال العقد بسبب الإعلام غير الحقيقي للأسعار المنصوص عليها في المادة 3/113 من قانون الإستهلاك الفرنسي و منها الحكم الصادر في 1992/12/15[2] ، غير أنها مؤخرا أصبحت تقضي بأن مخالفة أحكام قانون الاستهلاك يرتب إبطال العقد تطبيقا للمادة 6 من القانون المدني في حالة عدم وجود نص خاص يقضي بالإبطال[3]، و منها الحكم الصادر في 2004/12/7[4].

---

(1)– Cass.crim 16/11/1986 Bull crim 1986 N°346 Gazette du palais 1987 -2-.

(2)– Cass . 1ere civil – 15/12/1998 – Bull civil 1998 – 1 N° 366.

(3)– Noël François Alpi – Action en concurrence déloyale – Juris classeur concurrence consommation - année 2009 – Fascicule N° 245 p 14.

(4)– Cass 1ere civil 7-12-2004 p 2005 p 75.

ب- إمكانية الاستعانة بقواعد الضمان بالنسبة للإلتزام بالإعلام:

بموجب المادة 13 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، فإنه يستفيد كل مقتن لأي منتوج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون، و يمتد أيضا هذا الضمان إلى الخدمات، كما يستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان دون أعباء إضافية.

كما ألزمت المادة 14 من نفس القانون أن تبين بنود و شروط تنفيذ الضمان في وثيقة مرافقة للمنتوج، و يتم تنفيذ ضمان عدم السلامة طبقا للمادة 13-3 من القانون و المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 كما يلي:

1- إصلاح المنتوج: فالمهني يلتزم بضمان سلامة المنتوج الذي يقدمه للمستهلك من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له، و من أي خطر يحمله، فإذا ظهر عيب في المنتوج، وجب عليه إصلاحه ليصبح صالحا للعمل، و هذا باستبدال الأجزاء المعيبة بأجزاء سليمة، فيكون تنفيذ الضمان بتقديم قطع غيار، بالإضافة إلى العمل الذي يتمثل في تركيب هذه القطع، و إصلاح الخلل، و إذا تسبب الخلل في ضرر أصاب المستهلك فيكون من حقه أن يطالب المهني بالتعويض عنه.

2- استبدال المنتوج: و يلزم به المهني إذا بلغ العيب الموجود بالمنتوج درجة خطيرة تجعله غير قابل للاستعمال جزئيا أو كليا حتى لو تم إصلاحه.

3- رد الثمن الذي دفعه المستهلك: و يكون ذلك عندما يستحيل إصلاح العيب في المنتوج أو استبداله بمنتوج آخر.

فإذا كان المنتوج غير قابل للاستعمال جزئيا، يرد المهني جزءا من الثمن إذا أراد المستهلك أن يحتفظ المنتوج أو إذا كان المنتوج غير قابل للاستعمال كليا، فإن المهني يرد الثمن كاملا، و يرد المستهلك مقابل ذلك المنتوج[12].

---

(1) – د / ب . موالك – المرجع السابق ص 42.

جـ : جزاء تضمن العقد شرط تعسفي أو شروط تمييزية

إن المشرع في إطار قانون الممارسات التجارية قد اكتفى بترتيب العقوبة الجزائية في حالة تضمن العقد لشرط تعسفي رغم انه قد أورد قائمة لهذه الشروط على سبيل المثال لا الحصر، و التي تم توسعتها بموجب المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 6-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين المهنيين و المستهلكين.

و التي استقاها من القانون الفرنسي،الذي وضح الجزاء المدني في حالة وجود هذه الشروط، و ذلك بموجب المادة 132-1 من قانون الاستهلاك حيث تنص على بقاء بنود العقد سارية، باستثناء الشروط التي حكم باعتبارها تعسفية إذا كان يمكن أن يستمر لعقد دون الشروط السابقة.

إن حصر بعض البنود التي تعتبر تعسفية، يمكن القاضي من تقدير الشرط التعسفي و بالتالي حماية الطرف الضعيف،أي المستهلك، كما يعفى عن هذا الأخير من إثبات الطابع التعسفي للشرط إذا كان من قبل الشروط المحددة في المادة 29 من القانون 4-2 و المادة 5 من الرسوم التنفيذي رقم 6-306 ، أما إذا تعلق الأمر بشروط أخرى، فان المضرور يقع عليه عبء الطابع التعسفي للشرط[(1)]، فالسؤال المطروح، هل يطبق القاضي المادة 110 من القانون المدني المتضمنة لتعديل الشروط التعسفية أو الإعفاء منها؟. يرى الدكتور "محمد بودالي" أن القول بأن المشرع قد أراد تطبيق القواعد العامة المعروضة في القانون المدني و خاصة المادة 110 منه يتعارض مع إيراد المادة 29 من قانون الممارسات التجارية لقائمة سوداء بالشروط التعسفية، و التي لا يكون للقاضي إزاءها أية سلطة تقديرية، بينما يتمتع القاضي في المادة 110 من القانون المدني بسلطة تقديرية واسعة تتمثل في تعديل الشرط التعسفي مع الإبقاء عليه أو إعفاء الطرف المدعى من الخضوع للشرط التعسفي، فضلا أن سلطة القاضي وفقا لعبارات المادة 110 في الشروط التعسفية أو الإعفاء منها هي سلطة جوازية و ليست وجوبية، فيجوز لقاضي

---

(1)- د/ محمد بودالي – الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري – دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا و ألمانيا و مصر – دار هومه للطباعة و النشر و التوزيع – ب.ط – 2007 ص 106.

الموضوع ألا يستعمل الرخصة المخولة له من المشروع بالرغم من وجود شروط تعسفية في عقد الإذعان .

من هنا يبدو النظام المنصوص عليه في القانون 04-02 غير متلائم مع النظام الذي تقترحه القواعد العامة ، و أن النقص الذي شابه من حيث عدم إشارته إلى الجزاء المدني يرجع إلى سهو واضعيه، و هو نقص ينبغي استكماله، و ذلك بالنص على بطلان الشروط التعسفية صراحة، و بقاء العقد صحيحا إن أمكن إن يستمر قائما دون تلك الشروط الباطلة[1] .

و نفس القول ينطبق على البيع الملازم أو البيع بشروط تميزية، حيث تعتبر هذه الشروط تعسفية بالنسبة للمستهلك.

د - إبطال العقد لمخالفته النظام العام

لقد ثبت قصور أحكام القواعد العامة في عدة جوانب و منها أن تطبيق هذه القواعد يضع عبء شروط هذه الالتزامات على عاتق المستهلك، و هذا لن يكون سهلا بالنسبة إليه، كما يظهر هذا القصور في عدم ملائمة الجزاء المطبق الذي لا يحقق له الحماية الكافية وأحيانا أخرى نجد أن بعض المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية لا نجد لها جزاءا في القواعد العامة كما هو الحال في البيع بالمكافأة و إن كان القانون الفرنسي يرتب على القيام بهذا البيع المسؤولية المدنية للمهني إذا تسبب في الأضرار بالمستهلك، و يخضع في هذه الحالة إلى الأحكام المتضمنة في المادة 212 /1 من قانون الاستهلاك الفرنسي و المادة 1386 من القانون المدني الفرنسي و المتعلقة بسلامة الأشخاص[2] و هذا ما قضت به محكمة النقض الفرنسية في حكم لها بتاريخ 2003/03/1 [3].

---

(1)- د/ محمد بودالي – المرجع السابق ص 103

(1) -Guy Raymond – Promotion de ventes par avantage – consommateur – Juris classeur concurrence – consommation – fascicule N^{0} 281 – Année 2007 p 15.

(3)– cass. com - 11/03/2003 – Juris Data N^{0} 2003-018190 – JCP 2003 N^{0} 20 p 832 .Guy Raymond . op cit p 7.

و نفس القول ينطبق على عدم الفوترة و رفض تسليم الفاتورة للمستهلك حيث لا نجد جزاءا مدنيا ملائما لهذه المخالفة في إطار القواعد العامة.

و لأجل كل هذه الأسباب فإن الاتجاه الفقهي الحديث يميل إلى اقتراح إبطال عقد الاستهلاك المبرم بين المهني و المستهلك في حالة ارتكاب هذه المخالفات نظرا لأن القواعد القانونية التي تفرض هذه الالتزامات عل المهني هي قواعد آمرة من النظام العام، و بالتالي يترتب على مخالفتها البطلان المطلق، فعلى سبيل المثال فإن الفقه و القضاء في كل من فرنسا و مصر و لبنان يتفق على أن الإخلال بالالتزام بالإعلام هو أحد حالات الكتمان التدليسي المكون للعنصر المادي في التدليس المؤدي إلى قابلية العقد للبطال، إلا أن الدكتور «عبد المنعم موسى إبراهيم» يرى خلاف ذلك حيث يعتقد أن استقلالية الالتزام بالإعلام تقتضي أن يتبنى المشرع حق المستهلك في المطالبة بإبطال عقد الاستهلاك بمجرد الإخلال بهذا الالتزام و بدون الحاجة إلى الاستناد للنظريات التقليدية في طلب الإبطال[1] .

ثانيا: التعويض

إن تقرير البطلان نتيجة عيب من عيوب الإرادة طبقا للقواعد العامة أو اللجوء إلى الجزاءات المقررة في قانون حماية المستهلك قد لا يكون كافيا لتوفير حماية فعالة للمستهلك إذ أن الإخلال بهذه الالتزامات قد لا يترتب عليه تعيب الإرادة، كما أنه لا يكون بالإمكان استخدام وسائل الحماية المقررة في قانون حماية المستهلك، بل يترتب عليه ضرر نتيجة عدم تنفيذ الالتزام.

فضلا عن ذلك فإن المستهلك حتى لو توفرت شروط الإبطال فإنه قد لا يطلب و يفضل الإبقاء على العقد رغم حدوث أضرار، و هنا لا يكون أمامه سوى المطالبة بالتعويض طبقا لقواعد المسؤولية[2].

---

(1) (2) -عبد المنعم موسى إبراهيم – المرجع السابق ص 382.

أما بالنسبة إلى الضرر الذي يجب التعويض عنه فهو الضرر المعروف في القواعد العامة بمعنى كل ضرر أكيد و مباشر، و يشمل الخسارة التي لحقت المستهلك و ما فاته من كسب و يعرف بأنه الأذى الذي يصيب الشخص من جراء المساس بحق من حقوقه أو بمصلحة مشروعة فتتمثل الأضرار المعوض منها تلك الأضرار المادية التي تلحق الدائن و التي تتمثل في الخسارة المادية التي تلحق المضرور في جسمه و أمواله كما يشمل الأضرار المعنوية التي قد تصيبه هو أو ذوي حقوقه[1] .

الفرع الثاني: طبيعة المسؤولية

على الرغم من وجود العقد المبرم بين المستهلك و المهني فإنه و كما بيناه سابقا مشوب إما بعيب من عيوب الرضا أو أنه مخالف للنظام العام، و في كلا الفرضين يكون هذا العقد قابلا للإبطال في الحالة الأولى و باطل بطلانا مطلقا في الحالة الثانية، و عليه فلا يمكن القول بتطبيق قواعد المسؤولية العقدية، لأن العقد ينهار بأثر رجعي ، و يصبح كأنه لم يكن و المسؤولية التي تنشأ عنه بالضرورة مسؤولية تقصيرية.

ففي كل الحالات التي ترتبط فيها المطالبة بالتعويض بعقد قابل للإبطال، و السبب الذي أدى إلى أن يكون كذلك تصبح قواعد المسؤولية التقصيرية هي الواجبة التطبيق، و تستبعد بذلك المسؤولية العقدية على الرغم من ارتباط المسألة بعلاقات قائمة بين المتعاقدين سواء استمرت هذه العلاقة بسبب عدم رفع دعوى البطلان أو الاكتفاء بالتعويض أم لم تستمر نتيجة تفضيل المتعاقد رفع الدعويين معا.

أما إذا قلنا ببطلان العقد لمخالفته النظام العام فيكون العقد باطلا بطلانا مطلقا و لا يعتبر له وجود قانوني ، و لا حاجة لصدور حكم بإبطاله ، و نتيجة لذلك فإنه لا يمكن اعتبار وجود رابطة عقدية وفقا لقواعد المسؤولية العقدية لتخلف أحد العناصر الجوهرية لتحريك هذه القواعد[2].

1- د/ حامق ذهبية ص 336 .

2- د / فيصل زكي عبد الواحد – المسؤولية المدنية في إطار الأسرة العقدية – دار الثقافة الجامعية – مصر – 1998 - ب ط ص 198.

و إذا تقرر بطلان العقد زال كل أثر له و أرجع كل شيء إلى أصله، و جاز الحكم بالتعويض على أساس المسؤولية التقصيرية لا العقدية[1].

المطلب الثالث:التعويض و مستحقه.

إن المستهلك يجب أن يعوض عن جميع الأضرار التي لحقته، لذلك سوف نتعرض إلى مفهوم التعويض في (الفرع الأول) و دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حقوق المستهلكين في (الفرع الثاني)

الفرع الأول : مفهوم التعويض

يقصد بالتعويض دفع مبلغ من المال لمن أصابه ضرر من الفعل المخالف للقانون، أيا كانت طبيعة هذا الضرر، فقد يكون ضررا ماديا متمثلا في سلب أو إنقاص الحقوق المالية للفرد، سواء الحالة منها أو المستقبلة، أو ضررا أدبيا يتضمن إيلام المضرور، سواء كان إيلاما بدنيا أو نفسيا، ويهدف التعويض في حالة الضرر المادي إلى إعادة استرجاع مال المضرور، وفي حالة الضرر المعنوي يقصد به تحقيق قدر من الرضا الذاتي للمضرور في حقه[2].

ويتضمن التعويض الأضرار المباشرة كالأضرار التي يحدثها المبيع في الجسم أو المال، ولو كانت أضرارا غير متوقعة وقت إبرام العقد ويدخل في ضرر الجسم نفقات العلاج وأجر الطبيب، ومصروفات المستشفى، وما ضاع على المستهلك من كسب بسبب عجزه عن العمل، فضلا عن الأضرار المعنوية، كالآلام الجسدية والنفسية التي عاناها بسبب الإصابة، كما يتضمن التعويض أيضا الأضرار المالية، ما يكون قد لحق

---

(1)- د / عبد الرزاق أحمد السنهوري – الوسيط في شرح القانون المدني الجديد – نظرية الالتزام بوجه عام – مصادر الإلتزام – دار إحياء التراث العربي – بيروت – لبنان – الجزء الأول – ب ط ص 534.

(2)– د / أمال عبد الرحيم عثمان- المرجع السابق ص 220.

المستهلك في أمواله الأخرى من أضرار وما فاته من كسب بسبب عدم إمكان الوفاء بتعهداته قبل الغير[1].

وقد منح قانون الممارسات التجارية للمستهلك حق الحصول على تعويض عن الأضرار التي لحقته جراء المخالفات المرتكبة، وذلك بموجب المادة 65 منه، ومن قراءة نصها، يتبين لنا أن المشرع قد سار على مسار التعديل الوارد في القانون المدني، بموجب المادة 140 مكرر سالفة الذكر، حيث منح هذا الحق لكل شخص ذو مصلحة، وهذا يعني أنه يمكن للمستهلك سواء كان طرفا في علاقة تعاقدية أو لم تربطه بالمهني أية علاقة تعاقدية الحصول على التعويض، بل ويمكنه التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على هذا الحق.

لكن ومن الناحية العلمية، قليلا ما يلجأ المستهلك إلى القضاء وهذا لعدة أسباب ومنها شعوره بأنه وحيد أعزل في مواجهة منتجين ومهنيين أقوى منه، كما أن الفائدة التي سيحصل عليها من رفع دعواه لا تعادل مع ما يتحمله من نفقات باهظة ووقت ضائع بين إجراءات طويلة ومعقدة[2]، إضافة إلى ذلك فانعدام التوازن المالي بين المهني و المستهلك يجعله يتردد و إن لم نقل يتنازل عن حقه في التعويض مما يدفعه إلى تحمل الضرر حتى و لو كان متعلقا بسلامته الجسدية .

ومن أجل ذلك فتح المشرع الباب أمام جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية لرفع الدعاوي أمام العدالة ضد كل مهني قام بمخالفة منصوص عليها في هذا القانون للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تسببوا فيها.

---

[1]– د/ عامر قاسم أحمد القيسي- الحماية القانونية للمستهلك- دراسة في القانون المدني والمقارن- الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع- عمان- الأردن- الطبعة الأولى- 2002 ص 74.

[2]– د/ السيد محمد السيد عمران- حماية المستهلك أثناء تكوين العقد- دراسة مقارنة مع دراسة تحليلية وتطبيقية للنصوص الخاصة بحماية المستهلك- منشاة المعارف- مصر- 1986 ص 145.

الفرع الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حقوق المستهلكين:

إن جمعيات حماية المستهلك في الجزائر تخضع من حيث إنشائها وتنظيمها وتسييرها إلى القانون رقم 90-31 المؤرخ في 04 ديسمبر1990 [1]، وتقوم الجمعيات بدورين أساسين هما:

أولا- التحسيس والإعلام:

لقد كانت وسائل الإعلام التقليدية من تلفزة وإذاعة وإشهار وكذا المحاضرات والملصقات والمطبوعات هي المتكفلة بدور التحسيس والإعلام، وبظهور نشاط الجمعيات المنشغلة بقضايا الاستهلاك والمستهلك أصبح دورها فعال في هذا المجال، نظرا لاحتكاكها المباشر بالمستهلكين الذين يعبرون فيها عن مشاكلهم وانشغالاتهم[2].

من جانب آخر فإن جمعيات حماية المستهلكين تعمل على تكميل و تفعيل الجهود التي تبذلها السلطات العمومية و الهيئات العامة في هذا المجال ، و هي بذلك تعمل على إيصال صوت المستهلك و تمثيله في وضع سياسة استهلاكية ناجعة[3] .

كما تساهم جمعيات حماية المستهلكين في وضع سياسة عامة للمستهلك، وتشارك في هذا الإطار كعضو استشاري عن طريق ممثليها، فالمرسوم التنفيذي رقم 92-272[4] الذي يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين نص على أن عشرة

---

(1)– القانون رقم 90-31 مؤرخ في 1991/12/04 المؤرخ في 1991/12/04 يتعلق بالجمعيات ج ر عدد 53 صادرة في 1991/12/05.

(2) – M.Kahloula et .G. Mekamcha –la protection du consommateur en droit Algérien – école national d́ administration p 58.

(3)-فهيمة ناصري – جمعيات حماية المستهلك – مذكرة ماجستير – كلية الحقوق بن عكنون – السنة الجامعية 2003 /2004 – ص 5.

(4)– المرسوم التنفيذي رقم 92-272 مؤرخ في 1992/07/06 يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته- ج ر عدد 52 صادرة في 1992/07/08.

من أعضاء المجلس هم ممثلين لجمعيات المستهلكين، كما جعل المرسوم التنفيذي رقم 91-192[1] المتعلق بمخابر تحليل النوعية جمعيات المستهلكين ممثلة في مجلس التوجيه العلمي والتقني للمركز الجزائري لمراقبة الجودة والرزم، وهذا عندما تقوم المفتشية الجهوية للمركز بالنظر في وثائق ملفات طلب فتح مخبر لتحليل النوعية[2].

كما تقوم الجمعيات بتقديم النصح إلى جميع المستهلكين المنضمين إليها عن طريق المقاطعة حيث تخاطب المستهلكين وتحثهم على عدم شراء السلع التي تعتقد الجمعية أنها غير ملائمة للمستهلك.

ثانيا- الدفاع عن مصالح المستهلك وحقوقه:

إن الغرض القانوني لجمعيات حماية المستهلكين ليس تحقيق الربح وإنما الدفاع عن مصالحهم ولعل تنظيم المستهلك نفسه في جماعات تأخذ على عاتقها مهمة الدفاع عن نفسها لدليل قاطع على رفضه العلاقة المتفاوتة التي تربط بينه وبين المهني ورغبته في الضغط عليه بوسائل عديدة[3].

لقد منح قانون الممارسات التجارية بموجب المادة 65 منه لجمعيات حماية المستهلك الحق في رفع الدعاوي أمام القضاء ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكامه حيث نصت " **دون المساس بأحكام المادة الثانية من قانون الإجراءات الجزائية، يمكن جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشأت طبقا للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون.**

---

[1]– المرسوم التنفيذي رقم 91-192 مؤرخ في 1991/06/01 يتعلق بمخابر تحليل النوعية ج ر عدد 27 صادرة في 1991/06/02.

[2] - عجامي عماد- المرجع السابق ص 18. 19.

[3] لعجال لمياء- المرجع السابق ص 148.

"كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم"، ولا شك أن منح الجمعيات هذا الدور الهام وهو حق رفع الدعوى القضائية يعطيها فاعلية أداء دورها الدفاعي.

حسب نص المادة 16 من قانون الجمعيات، فإنه من أثار اكتساب الشخصية المعنوية هو حق الجمعيات في رفع الدعاوى للدفاع عن المصلحة الجماعية أو الفردية حيث نصت على أنه « **تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية و الأهلية المدنية بمجرد تأسيسها طبقا للمادة 07 من القانون، و يمكنها حينئذ أن تقوم بما يأتي :**

«أن تمثل أمام القضاء و تمارس خصوصا أمام المحاكم المختصة حقوق الطرف المدني بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية و تلحق ضررا بمصالح أعضائها الفردية أو الجماعية».

كما نص القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش في المادة 23 منه على حق الجمعيات في التأسس كطرف مدني عندما يتعرض المستهلكون لأضرار حيث نصت على أنه« **عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل و ذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني».**

وتجدر الملاحظة أن المشرع لم يحدد نوع الدعاوي التي يحق لجمعيات حماية المستهلك أن ترفعها، وبهذا فقد فتح المجال أمامها في رفع أي دعوى بما فيها تلك المتعلقة بالنظام إلى دعاوي مرفوعة مسبقا من قبل المستهلك[1]، لدى نجدها تمارس عدة أنواع من الدعاوى و هي :

- في إطار القانون 89-02 كان لجمعيات حماية المستهلك الحق في الدفاع عن حقوق المستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي.

(1)- لعجال لمياء- المرجع السابق ص 148.

أ- دعوى الدفاع عن المصالح الجماعية : و تعد هذه الدعوة في حد ذاتها الهدف الذي تسعى إليه جمعيات حماية المستهلك و ذلك في الحالات التالية:

1-حالة وجود مخالفة جزائية: فطبقا للمادة 16 من قانون الجمعيات السابقة الذكر فإن جمعيات حماية المستهلك بإمكانها أن تمارس حقوق الطرف المدني بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية، و تسبب ضررا بمصالح أعضائها الفردية أو الجماعية، و في هذه الحالة لا تمارس الدعوى المدنية للدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين إلا في حال وجود مخالفة جزائية و التي تشكل ضررا للجمعية.

و تأسس الدعوى هنا على أساس المادة 124 من القانون المدني فالجمعية تطلب التعويض عن الضرر الحاصل للمصلحة الجماعية للمستهلكين و الناجم عن المخالفة الجزائية التي اقترفها المهني و التي تشكل خطأ مدنيا، و هذه الدعوى تمارسها الجمعية بالأصالة عن نفسها أي باسمها، و لهذا فغياب احتجاج من المستهلك لا يمنعها من ممارسة دعواها [1].

2- دعوى إلغاء الشروط التعسفية : ما دام حق المطالبة بإلغاء الشرط التعسفي يثبت للمستهلك الضحية، فإنه يثبت أيضا للشخص القانوني الذي يمثله، و عليه يمكن لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى القضاء لرفع دعوى لإلغاء الشروط التعسفية، و تعد هذه الدعوى نوعا آخر من الدعاوى التي تمارسها الجمعيات للدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين.

3- تدخل الجمعية في النزاعات الفردية

لم ينص المشرع على حق الجمعيات في التدخل في الدعاوى التي يرفعها أي مستهلك متضرر بصفة فردية، إلا أنه و تطبيقا للقواعد العامة خاصة المادة 2/194 من قانون الاجراءات المدنية و الادارية المؤرخ في 2008/12/25 من قانون الإجراءات المدنية

---

(1) – فهيمة ناصري – المرجع السابق ص 103.

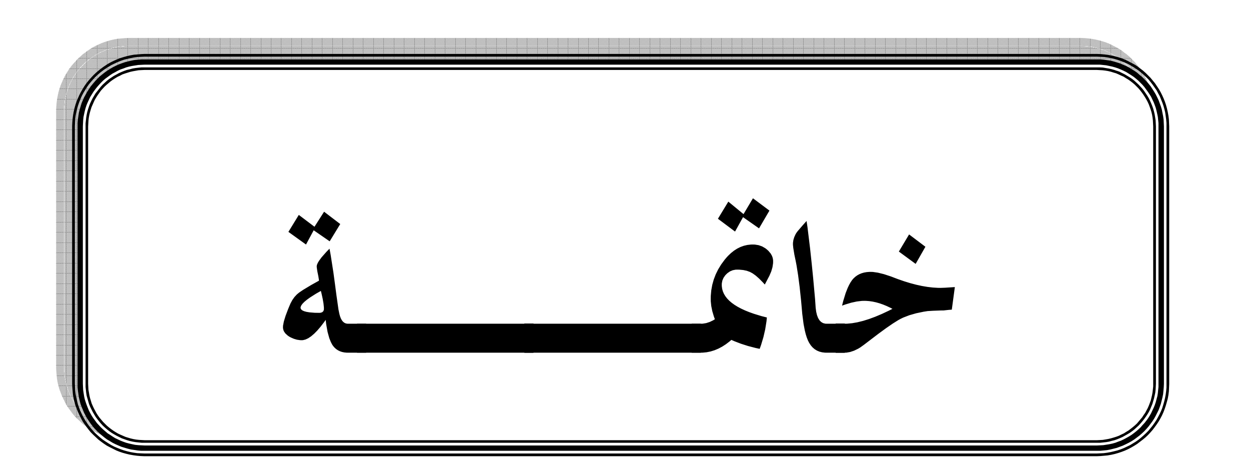
و الادارية يمكن لجمعيات حماية المستهلكين إذا كانت لها مصلحة مشروعة في النزاع القائم بين المهني و المستهلك أن تتدخل في الدعوى و ذلك للدفاع عن المصلحة الجماعية.

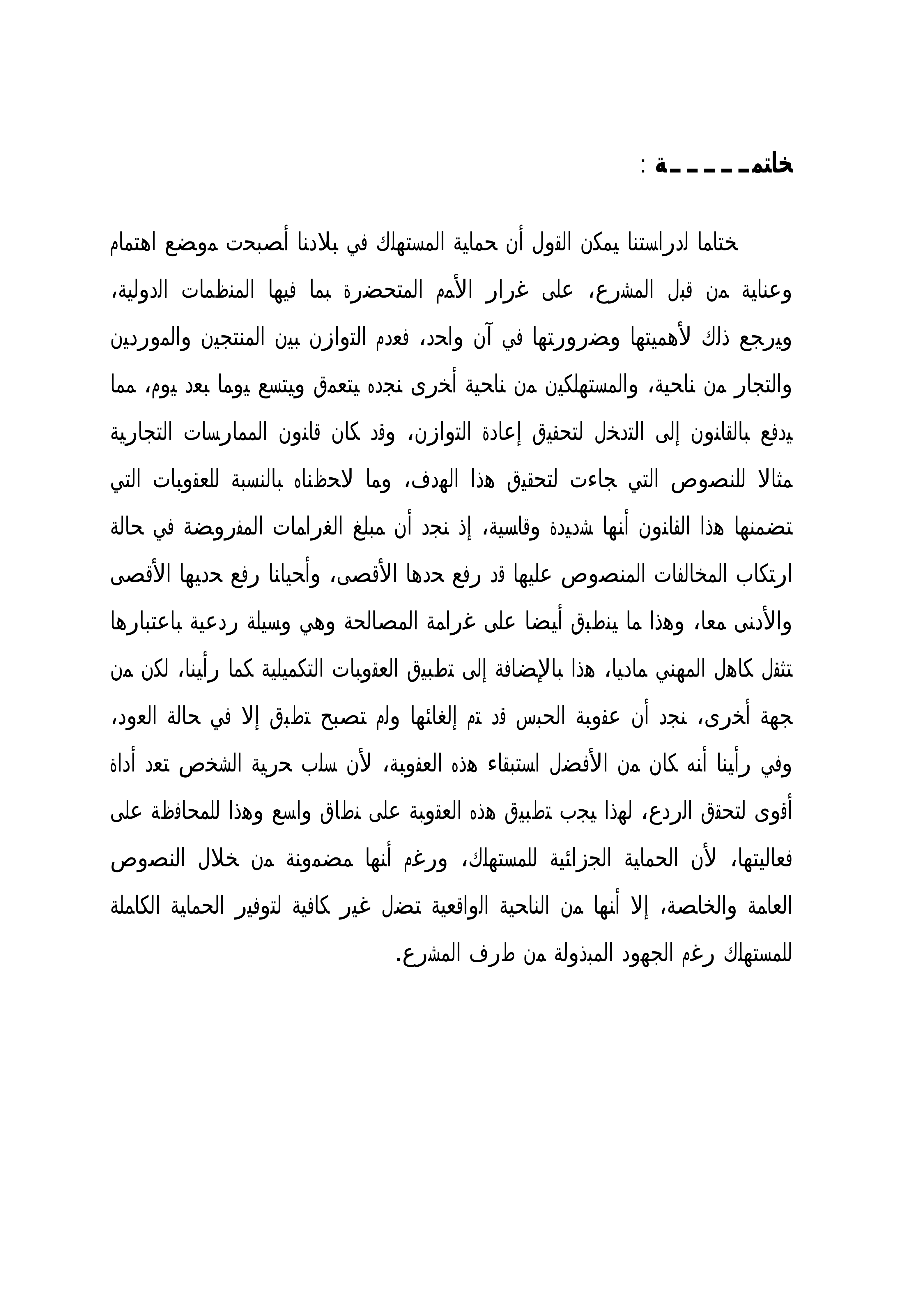
ب- دعوى جمعيات حماية المستهلك للدفاع عن المصلحة الفردية

إذا كانت الدعوى المدنية الممارسة في إطار المصلحة الجماعية تمكن الجمعيات من المطالبة باسمها و لحسابها بالتعويض عن الأضرار التي تصيب المصلحة الجماعية للمستهلكين، فإن الدعوى الممارسة في إطار المصلحة الفردية تسمح لها بالدفاع عن المصالح الفردية لمجموعة من المستهلكين، فهي تعمل على تجميع المصالح الفردية إلى دعوى واحدة ممارسة من طرف جمعية تمثل المستهلكين المعنيين و ذلك باسمهم و لحسابهم[1].

---

(1)- فهيمة ناصري –المرجع السابق ص 110


خاتمة



خاتمـــــة :

ختاما لدراستنا يمكن القول أن حماية المستهلك في بلادنا أصبحت موضع اهتمام وعناية من قبل المشرع، على غرار الأمم المتحضرة بما فيها المنظمات الدولية، ويرجع ذلك لأهميتها وضرورتها في آن واحد، فعدم التوازن بين المنتجين والموردين والتجار من ناحية، والمستهلكين من ناحية أخرى نجده يتعمق ويتسع يوما بعد يوم، مما يدفع بالقانون إلى التدخل لتحقيق إعادة التوازن، وقد كان قانون الممارسات التجارية مثالا للنصوص التي جاءت لتحقيق هذا الهدف، وما لاحظناه بالنسبة للعقوبات التي تضمنها هذا القانون أنها شديدة وقاسية، إذ نجد أن مبلغ الغرامات المفروضة في حالة ارتكاب المخالفات المنصوص عليها قد رفع حدها الأقصى، وأحيانا رفع حديها الأقصى والأدنى معا، وهذا ما ينطبق أيضا على غرامة المصالحة وهي وسيلة ردعية باعتبارها تثقل كاهل المهني ماديا، هذا بالإضافة إلى تطبيق العقوبات التكميلية كما رأينا، لكن من جهة أخرى، نجد أن عقوبة الحبس قد تم إلغائها ولم تصبح تطبق إلا في حالة العود، وفي رأينا أنه كان من الأفضل استبقاء هذه العقوبة، لأن سلب حرية الشخص تعد أداة أقوى لتحقق الردع، لهذا يجب تطبيق هذه العقوبة على نطاق واسع وهذا للمحافظة على فعاليتها، لأن الحماية الجزائية للمستهلك، ورغم أنها مضمونة من خلال النصوص العامة والخاصة، إلا أنها من الناحية الواقعية تضل غير كافية لتوفير الحماية الكاملة للمستهلك رغم الجهود المبذولة من طرف المشرع.

إن تكريس نص خاص يتعلق بمنع التعامل مع المستهلك بشروط تعسفية سيساهم دون شك في إعادة منح العقد قيمته الحقيقية في المعاملات التجارية بين المهنيين والمستهلكين، إضافة إلى تثبيت إلتزامات الأطراف المتعاقدة، وكذا ضمان شفافية الممارسات التجارية، وخاصة بعد استحداث لجنة الشروط التعسفية التي نأمل في أنها ستقوم بدورها المنشود في تحقيق حماية المستهلك.

أما عن التعديل الجديد بموجب القانون 10-06 فإنه لم يمس الأحكام الجوهرية للقانون 04-02، وإنما أضاف بعض الأحكام ومنها توسيع مفهوم النشاطات التي يطبق في إطارها قانون الممارسات التجارية، وكذا إضافة صور جديدة للممارسات غير الشرعية، كما غير هذا القانون مفهوم حالة العود وعدل بعض العقوبات ووسع من مجال تطبيقها.

إن المبادرة لحصول المستهلك على حقه ، سواء بطريق المطالبة المدنية أو الجزائية يجب أن يتم من قبله، ولا يخالجنا شك في أنه سيتردد كثيرا لما يواجه من صعوبات، سواء بسبب طول الإجراءات التقاضي أو قلة الإمكانيات، مما يجعله يتحول ويبتعد عن المحاكم في كل مرة تظل فيها الفائدة المرجوة من الحكم ضئيلة بالنسبة لما يتكبده من نفقات في مقابل ما سيحصل عليه، لذلك نقترح :

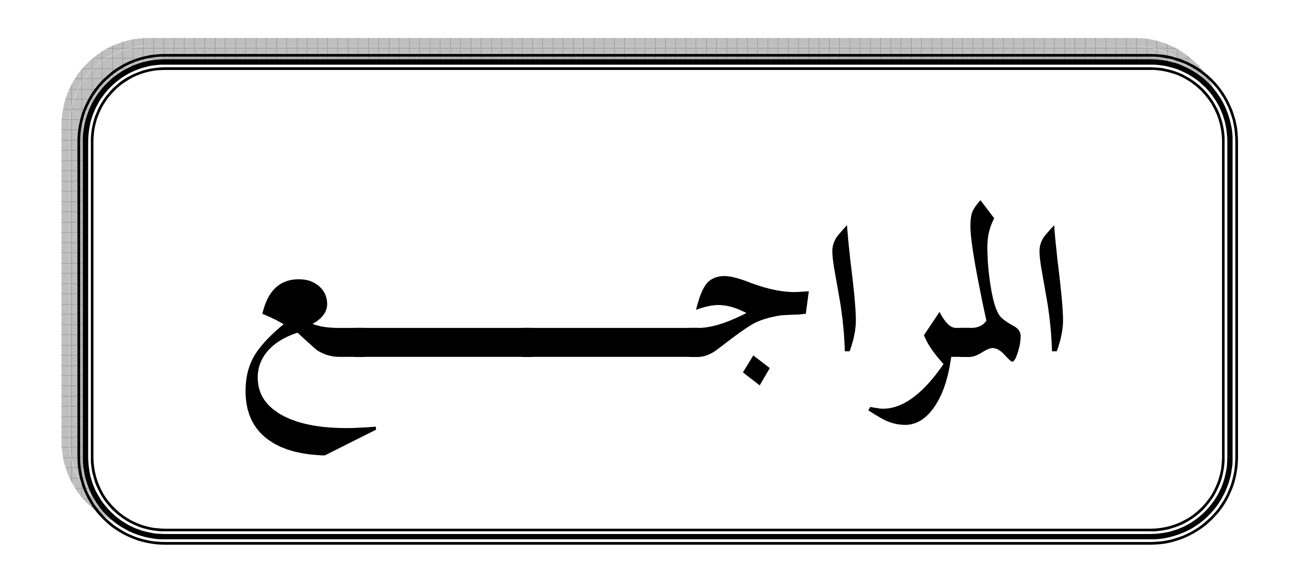
1. زيادة الاهتمام بموضوع حماية المستهلك، بمحاربة الجريمة الاقتصادية على وجه الخصوص، لما تعكسه من اضطراب، وما تجر إليه من اختلال في بينة التوازن الاقتصادي بصوره المختلفة.

2. تقرير عقوبة الحبس كعقوبة أصلية نظرا لاعتبارها أداة ردع تساهم في تقليل نسبة المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون، بدل تقريرها فقط في حالة العود.

3- سد الفراغ القانوني المتعلق بالجزاءات المدنية للمخالفات المنصوص عليها في الممارسات التجارية إلى جانب العقوبات الجزائية لتسهيل مهمة القاضي،و تكملة الحماية القانونية للمستهلك، عوض الرجوع إلى القواعد العامة التي تبقي أحكامها ناقصة وغير ملائمة أحيانا.

4-تقوية دور جمعيات حماية المستهلك، وذلك بأن تصبح الدعوى التي ترفعها، يستفيد منها المستهلك المضرور مباشرة وهذا يؤدي حتما إلى إقبال المستهلكين ويشجعهم على رفع الدعاوى في حالة إصابتهم بأضرار، عوض أن يتحملوا لوحدهم متابعة الإجراءات القضائية والمصاريف الناتجة عنها.

إلا أن هذا كل لا ينفي نجاح محاولة المشرع في تحقيق حماية المستهلك، وأن الهدف المنشود قد أصيب إلى حد بعيد، فصناعة النصوص قد خولت للمستهلك بما لا يقبل الجدل الحق في الحماية التي لم يكن يتمتع بها من قبل رغم أن هذه الحماية تثير مقاومات لم تتحطم بعد.


المراجـــــع

قائمـــــة المراجـــع

أولا: المراجع باللغة العربية.

1- المراجع الفقهية:

أ- المراجع العامـة:

* العلامة ابن منظور- قاموس لسان العرب- المحيط- ب.ت.ط. المجلد الأول- دار الجيل- بيروت- دار لسان العرب- بيروت- ب.س.ط.
* الإمام الشوكاني- نيل الأوطار من أحاديث سيد الأخيار- شرح منتقى الأخبار- الطبعة الأولى- المجلد الثالث- الجزء5- دار الكتب العلمية- بيروت 1995.
* د/ السيد محمد السيد عمران- حماية المستهلك أثناء تكوين العقد- دراسة مقارنة مع دراسة تحليلية ونظرية للنصوص الخاصة بحماية المستهلك- منشاة المعارف- الإسكندرية- 1986.
* د/ أمال عبد الرحيم عثمان- قانون العقوبات الخاص في جرائم التموين- دار النهضة العربية- القاهرة- 1969.
* عز الدين بن زغيبة- مقاصد الشريعة الخاصة بالتصرفات المالية- الطبعة الأولى- مركز جمعة الماجد للثقافة والتراث- دبي 2001.
* د/ عبد الرزاق أحمد السنهوري – الوسيط في شرح القانون المدني الجديد- نظرية الالتزام بوجه عام – مصادر الالتزام – دار احياء التراث العربي – لبنان- الجزء الأول – ب ط - ب س.
* أ.د/ فتحي عبد الرحيم عبد ا - دراسات في المسؤولية التقصيرية نحو مسؤولية موضوعية- منشأة المعارف- الإسكندرية- 2005.
* د/ فتحي الدريني- بحوث في الفقه الإسلامي وأصوله- مؤسسة الرسالة.ب.ط 1994.
* د/ محمد عبد المنعم الجمال- موسوعة الاقتصاد الإسلامي- دار الكتب الإسلامية- الطبعة الثانية- سنة 1986.

* محمد عبد المنعم الجمال- موسوعة الاقتصاد الإسلامي – دار الكتب الإسلامية – الطبعة الثانية - 1986 .
* د/ محمد علي عثمان الفقي- فقه المعاملات- دراسة مقارنة ب.ط.- دار المريخ للنشر- السعودية- سنة 1986.
* د/ ندى البدراوي- أحكام المسؤولية- المؤسسة الحديثة للكتاب- طرابلس- لبنان- الطبعة الأولى- 1998.

ب- المراجع الخاصـة:

1- الكتــب:

* د/ أحمد محمد محمود خلف- الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية- دراسة مقارنة- دار الجامعة الجديدة للنشر- الإسكندرية- سنة 2005.
* د/ أحمد محمد الرفاعي- الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي- ب.ط.- دار النهضة العربية- القاهرة سنة 1994.
* القاضي أنطوان ناشف- الإعلانات والعلامات بين القانون والاجتهاد- دراسة تحليلية شاملة- القوانين- الدراسات –ب.ط.- منشورات الحلي الحقوقية- لبنان- 1999.
* د/ عوف محمود الكفراوي- دراسة في تكاليف الإنتاج والتسعير في الإسلام- ب.ط- مؤسسة شباب الجامعة للطباعة والنشر- الإسكندرية- 1985.
* د/ عادل قورة- الحماية التشريعية للمستهلك في مصر- ب.ط- الناشر اليونسكو- المركز الإقليمي للبحوث والتوثيق في العلوم الاجتماعية- أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا- المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية- القاهرة.
* د/ عامر قاسم أحمد القيسي- الحماية القانونية للمستهلك- دراسة في القانون المدني والمقارن- الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع- عمان الأردن- الطبعة الأولى 2002.

* د/عبد المنعم موسى ابراهيم – حماية المستهلك – دراسة مقارنة – منشورات الحلبي الحقوقية – الطبعة الأولى 2007.
* د/ موفق حماد عبده – الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية – دراسة مقارنة- منشورات زين الحقوقيو – الطبعة الأولى 2011.
* د/ محمود محمد عبد العزيز الزيني – جرائم التسعير الجبري – المبادئ الشرعية و القانونية، و آراء الفقهاء و المحاكم و معيار العقوبة في كل من الشريعة الإسلامية و القانون الوضعي – ب.ط – دار الجامعة الجديدة للنشر – مصر.
* محمد بودالي – الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري – دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا و ألمانيا و مصر – دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع – ب. ط- 2007.

2- المقـــالات:

* د/ب . مواك – الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري – مقال منشور بالمجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية – العدد 02-1999.
* د/جمال النكاس- حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي- مقال منشور بمجلة الحقوق الكويتية- السنة 13 جوان 1989- العدد 1-4.
* د/ جابر محجوب علي- ضمان سلامة المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية- مقال منشور بمجلة الحقوق الكويتية الصادرة عن مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت- السنة 20- العدد 4 ديسمبر 1996.
* د/ طعمة صعفك الشمري- أحكام المنافسة غير المشروعة – مقال منشور بمجلة الحقوق الكويتية – السنة 19 – العدد14 مارس1995.
* د/ كمال لدرع – حماية المستهلك من المعاملات التعسفية – مقال منشور بمجلة العلوم القانونية و الادارية الصادرة عن كلية الحقوق بجامعة الجيلالي اليابس- سيدي بلعباس – عدد 195 سنة 2005.

* د/عدنان إبراهيم سرحان- المهني- المفهوم والانعكاسات القانونية- مقال منشور بمجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية- العدد 1 سنة 2003- دار الجامعة الجديدة- الإسكندرية.
* د/ نائل عبد الرحمن- الحماية الجزائية للمستهلك في القوانين الأردنية- مقال منشور بمجلة الحقوق الكويتية- السنة 23- العدد 4 سنة 1990.
* د/ هجيرة دنوني- قانون المنافسة وحماية المستهلك- المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية- الجزء 39 رقم 2 سنة 2000.

3- الرسائـل والبحوث:

* د/ العيد حداد- الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق- رسالة دكتوراه- كلية الحقوق- بن عكنون- سنة 2002.
* الياقوت جرعود – عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائري – مذكرة ماجستير – كلية الحقوق بن عكنون – السنة الجامعية 2002/2001.
* حبيبة كالم- حماية المستهلك- مذكرة ماجستير- عقود ومسؤولية – كلية الحقوق- بن عكنون- السنة الدراسية 2004-2005.
* حامق ذهبية – الالتزام بالاعلام في العقود – رسالة دكتوراه-كلية الحقوق بن عكنون- السنة الجامعية 2010/2009.
* حفيزة مركب- الحماية التشريعية للمستهلك في جودة المنتوج والخدمة- مذكرة ماجستير- كلية الحقوق – بن عكنون- السنة الدراسية 2000-2001.
* زكية جدايني- الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري- مذكرة ماجستير في قانون الأعمال- كلية الحقوق- بن عكنون- السنة الدراسية 2000-2001.
* سفيان حديدان- جريمة التقليد التدليسي للعلامات الصناعية والتجارية أو علامات الخدمة- مذكرة ماجستير في القانون الجنائي- كلية الحقوق- بن عكنون- السنة الدراسية 2001-2002.
* عماد عجابي- دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك- مذكرة ماجسير في قانون الأعمال- كلية الحقوق بن عكنون- السنة الدراسية 2008-2009.

* فهيمة ناصري- جمعيات حماية المستهلك – مذكرة ماجستير – مذكرة ماجستير في قانون الأعمال – كلية الحقوق بن عكنون- السنة الجامعية 2002/2001.
* لمياء لعجال- الحماية الفردية والجماعية للمستهلك- مذكرة ماجستير في قانون الأعمال- كلية الحقوق- بن عكنون- السنة الدراسية 2002-2003.
* نايلة عياط بن سيراج – الجوانب القانونية للإشهار – مذكرة ماجستير في قانون الأعمال- كلية الحقوق بن عكنون- السنة الجامعية2002/2001.
* نجية لطاش- مبدأ الشفافية في قانون المنافسة بالجزائر- مذكرة ماجستير في قانون الأعمال- كلية الحقوق- السنة الدراسية 2003،2004.

2- المراجع القانونيـة:

أ- القوانيـن:

* القانون رقم 89-12 المؤرخ في 05-07-1989 يتعلق بالأسعار- ج ر عدد 29 صادرة في 19-07-1989.
* القانون رقم 90-31 المؤرخ في 04-12-1990 يتعلق بالجمعيات –ج ر عدد 53 صادرة في 05-12-1990.
* القانون رقم 95-06 المؤرخ في 25-01-1995 يتعلق بالمنافسة- ج ر عدد 9 صادرة في 22-02-1995.
* القانون رقم 99-01 المؤرخ في 06-01-1999 يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة – ج ر عدد 2 صادرة في 10-01-1999.
* القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23-06-2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية- ج ر عدد 41 صادرة في 27-06-2004.
* القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20-06-2005 يعدل ويتمم الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26-09-1975 والمتضمن القانون المدني.
* القانون رقم 06-23 المؤرخ في 2006/12/20 المعدل لقانون العقوبات- ج ر عدد 84.

* القانون رقم 08-09 المؤرخ في 2008/12/25 يتضمن قانون الاجراءات المدنية والادارية.
* القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25-02-2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش- ج ر عدد 15 صادرة في 08-03-2009.
* القانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 يعدل ويتمم القانون 04-02 المؤرخ في 23-06-2004 ج ر عدد 41 صادرة في 27-06-2004.

ب- الأوامــــر:

* الأمر 95-06 المؤرخ في 25-01-1995 يتعلق بالمنافسة – ج ر عدد 9 الصادرة في 22-02-1995.
* الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19-07-2003 يتعلق بالمنافسة – ج ر عدد 43 صادرة في 20-07-2003.
* الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19-07-2003 المتعلق بالعلامات- ج ر عدد 44 صادرة في 23-07-2003.

ج- المراسيــــم:

* المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10-11-1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها – ج ر عدد 50 صادرة في 21-11-1990.
* المرسوم التنفيذي رقم 90-85 المؤرخ في 13-03-1990 يتعلق بأشكال الفوترة وشروطها –ج ر عدد 11 صادرة في 14-03-1990.
* المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10-11-1990 يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية- ج ر عدد 50 صادرة في 21-11-1990.
* المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15-09-1990 يتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات – ج ر عدد 40 الصادرة في 19-09-1990.
* المرسوم التنفيذي رقم 91-192 المؤرخ في 01-06-1991 يتعلق بمخابر تحليل النوعية ج ر عدد 27 صادرة في 02-06-1991.

* المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 06-07-1992 يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته- ج ر عدد 52 صادرة في 08-07-1992.
* المرسوم التنفيذي رقم 94-210 مؤرخ في 16-07-1994 متعلق بإنشاء مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش بوزارة التجارة ويحدد اختصاصاتها- ج ر عدد 47 صادرة في 20-07-1994.
* المرسوم التنفيذي رقم 95-305 مؤرخ في 07-10-1995 يحدد كيفيات تحرير الفاتورة – ج ر عدد 58 صادرة في 1995/10/08.
* المرسوم التنفيذي رقم 96-38 المؤرخ في 10-11-1996 يتضمن تعريفة نقل المسافرين الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية- ج ر عدد 4 صادرة في 17-01-1996.
* المرسوم التنفيذي رقم 96-31 المؤرخ في 10-11-1996 يتضمن تحديد أسعار بعض السلع والخدمات الإستراتيجية- ج ر عدد 4 صادرة في 17-01-1996.
* المرسوم التنفيذي رقم 96-40 المؤرخ في 10-11-1996 يتعلق بتعريفات نقل الركاب في سيارات الأجرة- ج ر عدد 4 صادرة في 1996.
* المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 14-01-1997 يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضبها – ج ر عدد 4 صادرة في 15-01-1997.
* المرسوم التنفيذي رقم 2000-46 المؤرخ في 01-03-2000 يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكيفيات استغلالها- ج ر عدد 10 صادرة في 05-03-2000.
* المرسوم التنفيذي رقم 2000-43 المؤرخ في 26-02-2000 يحدد شروط استغلال الخدمات الجوية وكيفياته- ج ر عدد 8 صادرة في 01-03-2000.

* المرسوم التنفيذي رقم 2000-81 المؤرخ في 09-04-2000 يحدد، شروط استغلال خدمات النقل البحري وكيفياته- ج ر عدد 21 صادرة في 12-04-2000.
* المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المؤرخ في 15-11-2003 يحدد المصالح الخارجية في وزارة التجارة- ج ر عدد 68.
* المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 2005/12/10 يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك- ج ر عدد 80 صادرة في 11-12-2005.
* المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22-12-2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع غير الغذائية وعرضها- ج ر عدد 83 صادرة في 25-12-2005.
* المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10-09-2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية- ج ر عدد 56 صادرة في 11-09-2006.
* المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19-08-2008 يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 02-254 المؤرخ في 21-12-2002- ج ر عدد 48 صادرة في 24-08-2008.

ثانيا: المراجــع باللغة الفرنسيــة

1/ Ouvrages :

- Albert chavanne- Jean Jacque Burst- Droit de la propriété industrielle- 2ème édition- Dalloz 1980.
- Bernard deshé – Gazette du Palais 98 Année N° 5 – 1978.
- C. Janin et Lacom- Droit commercial- 5ème édition 1995.
- Jean Calais Auloy/ Frank Steinmetz- Droit de la consommation Dalloz 5ème édition 2000.

- Francis Lefebre- Droit des affaires concurrence- consommation 2002.
- Noël François Alpi- Action en concurrence déloyal – consomation 2002.
- PHILIPPE LE TOURNEAU – Droit de la respensabilité- Dalloz Action – 1998.
- Wilfrid Jean didier- Droit pénal des affaires- Dalloz 3ème édition- 1998.
- Yves Gnyon – droit des affaires- Tome 1- 9ème édition 1996.

2/ Périodiques :

- Brigitte Hess fallon et Anne Marie Simon – clauses abusives – Juris classeur concurrence – consommation année 1995.
- Frank Steinmetz- concurrence- prix- juris classeur- concurrence- consommation - Tome 1- 1989- Fascicule N° 220.
- Guy Raymond- Clause abusives- loi du 1.2.1995- juris classeur - concurrence- consommation- édition 2004 volume 3-fascicule N° 819 .
- Guy Raymond-promotion de ventes par avantage consommateur – Juris classeure- concurrence-consommation – facicule N° 291 année 2007.
- Gazette du palais 103 année N° 1 Receuil Bimestriel janvier- Février 1983.
- Gazette de palais – panorama de jurisprudence de la cour de cassation – 98 Année N° 1.
- Hemard et Bouloc- Mega de commerce- Dalloz 2002.
- Jérome Huet- éléments de réflexion sur le droit de la consommation- petites affiches du 8-11-2001 N° 223.
- Juris classeur périodique 1985 II – 20189.
- Juris Data N° 1995 – Bull crim 1995 N° 151.
- M. Mohamed Kahloula et M. Gahouti Mekamcha- la protection du consommation en droit Algérien- Ecole National d'administration.

- Pierre Bouzat – droit pénal des affaires – Revue trimestrielle N^0 2 – 43 Année 1990.
- Roget Bout/ Cas Prieto/ Gérard Cas- L'information sur les prix et les conditions de ventes -Lamy droit économique- Concurrence-distribution- consommation l'an 2000.
- Roget Bout/ Cas Gerine Pieto/ Gérard Cas- Les pratiques restrictives, refus de ventes et prestations de services Lamy droit économique l'an 2000.

الفهـــــــــــــرس